PREISTHEORIE UND PREISEINGRIFF

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung der staatswissenschaftlichen Doktorwürde
genehmigt von der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät
der Friedrich-Wilhelms-Universität
zu Berlin

Vorgelegt von

ARNOLD HORWITZ
Diplomvolkswirt

aus Berlin

Tag der Promotion: 25. Oktober 1937

BERLIN 1937

DRUCK VON SIEGFRIED SCHOLEM, BERLIN-SCHÖNEBERG

J 39

PREISTHEORIE UND PREISEINGRIFF

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung der staatswissenschaftlichen Doktorwürde
genehmigt von der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät
der Friedrich-Wilhelms-Universität
zu Berlin

Vorgelegt von

ARNOLD HORWITZ
Diplomvolkswirt

aus Berlin

Tag der Promotion: 25. Oktober 1937

BERLIN 1937

DRUCK VON SIEGFRIED SCHOLEM, BERLIN-SCHÖNEBERG

Dekan: Professor Dr. Wenzel Graf von Gleispach

Referent: Professor Dr. Constantin von Dietze

Korreferent: Professor Dr. Heinrich Freiherr von Stackelberg

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Vorwort 5

I. Kapitel: Einleitung 7

1. Terminologie 7

2. Die Marktformen der gegenwärtigen Wirtschaft 8

II. Kapitel: Freie Konkurrenz 13

III. Kapitel: Monopol 27

IV. Kapitel: Bilaterales Monopol 35

1. Bilaterales Monopol bei konstanter Menge 36

2. Bilaterales Monopol bei variablen Mengen und Preisen 39

3. Ein bilateral organisierter Arbeitsmarkt als Beispiel 42

V. Kapitel: Oligopol — Dyopol 45

VI. Kapitel: Bilaterales Oligopol — Übergänge zur Freien Konkurrenz . 53

VII. Kapitel: Staat, Preiseingriff und das Verhalten der Wirtschaftsträger 58

Literaturverzeichnis 68

Lebenslauf 72

VORWORT

Die vorliegende Arbeit behandelt ein rein *preistheoretisches* Thema. Als preisbeeinflussende Faktoren werden in erster Linie das Angebot und die Nachfrage angesehen. Preisbildung und Preisveränderungen, die auf monetäre Ursachen zurückzuführen sind, werden in dieser Arbeit außer acht gelassen.

Als *Preiseingriffe* werden solche Staatsmaßnahmen dargestellt, die im Preisbildungsprozeß selbst erfolgen. Wir berücksichtigen nur ausnahmsweise solche Staatsmaßnahmen, die außerhalb dieser Sphäre den Preis beeinflussen, wie Produktionsregulierungen, Besteuerung usw.

Das Preisproblem wird als ein *stationäres* Problem behandelt. Wo von der stationären Betrachtungsweise abgewichen wird, wo also dynamische Faktoren hinzutreten, wird dies ausdrücklich betont.

Die in der vorliegenden Arbeit geschilderten Marktformen und Märkte liegen in einem *isolierten Staat;* deshalb lassen wir Einflüsse, die von außerhalb der Landesgrenzen kommen könnten, außer acht. Ebenso sehen wir von Staatsmaßnahmen ab, die solche Einflüsse regulieren könnten.

Die *Zitate* aus Werken ausländischer Autoren wurden vom Verfasser übersetzt.

Die in den *Anmerkungen* angeführten Werke werden mit abgekürzten Titeln zitiert. Der genaue Titel ist aus dem nach Verfassern alphabetisch geordneten Literaturverzeichnis ersichtlich.

Berlin, im $\frac{\text{Dezember 1936.}}{\text{Mai 1937.}}$

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41535713_0116

I. Kapitel

Einleitung

1. Terminologie

§ 1. *Marktformen*[1]) werden bestimmt durch die Anzahl der auf beiden Marktseiten (Angebot und Nachfrage) auftretenden Tauschpartner (Kontrahenten) und deren Fähigkeit, den Preis zu beeinflussen. Innerhalb gewisser Marktformen sind verschiedene *Marktsituationen* möglich, die vom Verhalten der Tauschpartner abhängig sind.

§ 2. Diejenige Marktform, bei der eine sehr große Anzahl von Anbietern einer sehr großen Anzahl von Nachfragenden gegenübersteht und bei der keiner der Tauschpartner den Preis merklich beeinflussen kann, bezeichnen wir als *Freie Konkurrenz*. — Wird eine Marktseite von nur einer Person repräsentiert, so liegt ein *Monopol*[2]) vor. Wir scheiden zwischen Angebots- und Nachfragemonopol[3]), je nach der Marktseite, die von nur einer Person repräsentiert wird. — Stehen zwei Monopolisten einander gegenüber, so sprechen wir — bei Einmaligkeit des Tauschaktes und

---

[1]) Der Ausdruck und Begriff „Marktform" wurde von STACKELBERG (durch sein Werk „Marktform und Gleichgewicht") in die Literatur eingeführt.

[2]) Die sehr interessante Deszendenz unseres Wortes „Monopol" hat VERNON MUND (Monopoly, S. 3 f.) beschrieben. Danach findet sich die früheste Anwendung des Wortes bei Aristoteles, Politeia, Buch I, Kap. VII in der Bedeutung „Ausschließlicher Verkauf". So erhielt dann im Griechischen das Wort μονοπωλία die Bedeutung des alleinigen, ausschließlichen Verkaufs von Waren durch einen privaten Händler oder durch den Staat. Ein anderes Derivat vom gleichen Stamme war μονοπώλιον, womit das einem privaten Händler vom Staat verliehene Recht, eine Ware ausschließlich zu verteilen, ein Privileg also, gemeint war. Im Lateinischen bezeichnete man mit „Monopolium" den Fall, in dem ein Einzelner sein ausschließliches Verkaufsrecht zum Schaden der Allgemeinheit ausnutzte (SUETON, Geschichte der 12 Cäsaren, Tiberius). Mittelalterliche Privilegien wurden nicht als „Monopole" bezeichnet. Das Wort „monopolium" taucht erst wieder mit der Neuentdeckung Aristoteles' im 12. Jahrhundert auf.

[3]) „Nachfragemonopol" ist eigentlich eine contradictio in adjecto, da πωλεῖν nur *ver*kaufen bedeutet. Wir behalten den Ausdruck als den allgemein üblichen trotzdem bei. Korrekt wäre die künstliche Bildung „Monoôn" (von ὠνεῖσθαι, kaufen), die STACKELBERG (Marktform, S. 2) anregt, oder der von JOAN ROBINSON (Imperfect Competition, S. 215) in die Literatur eingeführte Ausdruck „monopsony" (von ὀψωνεῖν *Ein*kaufen, insbesondere von Fleisch, Fisch, Zukost „ὄψον").

Fehlen des Geldintermediates — von einem *isolierten Tausche*[4]), bei Fortfall dieser einschränkenden Voraussetzungen von einem *bilateralen Monopol.* — Zwischenstufen zwischen Monopol und Freier Konkurrenz — Marktformen also, bei denen auf einer der beiden Marktseiten eine beschränkte Anzahl von Tauschpartnern auftritt, die den Preis beeinflussen können, — werden als *Oligopole*[5]) bezeichnet. Sind auf beiden Marktseiten Tauschpartner in nur beschränkter Anzahl vorhanden, so entsteht ein *bilaterales Oligopol.* Der charakteristische Sonderfall des Oligopols, bei dem eine Marktseite durch nur zwei Tauschpartner repräsentiert wird, wird *Dyopol*[6]) genannt.

Wir halten uns also zumeist an überkommene Ausdrücke, die, wenn auch nicht korrekt gebildet, wenigstens den Vorzug der Verständlichkeit[7]) und der Eindeutigkeit haben. „Außerdem ist es unzweckmäßig, eine an sich schon komplizierte Darstellung durch neue Termini, die umgangen werden können, zu belasten"[8]).

2. Die Marktformen der gegenwärtigen Wirtschaft

§ 3. Der Grundgedanke der modernen Preistheorie besteht in einer *anderen Einordnung* des aktuellen Wirtschaftsbildes *in die theoretischen,* zum Teil auch den Klassikern schon bekannten *Kategorien.* Es ist bei dieser Eingliederung die Randordnung der Marktformen eine andere geworden, als die klassische Theorie es sich vorstellte.

Die klassische Theorie beschrieb den Idealtypus der *„Freien Konkurrenz"* als den normalen Zustand einer Wirtschaft. Ungezählten Anbietern standen normalerweise ungezählte Nachfrager, von denen

---

[4]) Entsprechend der Terminologie der österreichischen Schule (MENGER, BÖHM-BAWERK); die englische Literatur bezeichnet ähnliche Situationen mit „barter".

[5]) Dieser glückliche Ausdruck wurde von CHAMBERLIN (Monopolistic Competition, S. 8) und von R. F. KAHN (vgl. CHAMBERLIN, Monopolistic Competition, S. 54) geprägt und von STACKELBERG (Marktform, S. 2) in die deutsche Literatur eingeführt. Über die Schwierigkeiten der Terminologie: siehe die Werke von CHAMBERLIN und STACKELBERG an den angeführten Stellen.

[6]) Die Engländer sprechen, etwas unkorrekt, von „duopoly", die deutsche Literatur von „Duopol". STACKELBERG (Marktform) verwendet zuerst die richtigere Form „Dyopol". Ganz korrekt wäre „Dipol".

[7]) Zu welchen Schwierigkeiten die Verwendung einer „originalen" Terminologie führen kann, zeigt der sonst so instruktive Aufsatz von KURT STING, Die polypolitische Preisbildung.

[8]) STACKELBERG, Marktform, S. 2.

keiner in der Lage war, durch eigenes Vorgehen den Preis merklich zu beeinflussen, als Kontrahenten gegenüber, und zwar auf einem Markt, der in zweierlei Beziehung einheitlich war:

Erstens bestand eine *vollkommene Übersicht* über Güter und Preise, so daß jeder Kontrahent, geleitet allein vom „gesunden Menschenverstand" wählen und frei sich entscheiden konnte. Die Markttransparenz[9]) gewährte das Fundament, auf dem die Fiktion der freien Konkurrenz errichtet wurde.

Zweitens waren auf dem Markte konkurrierende Güter nur nach Art und Qualität unterschieden — Unterschiede also, die sich auf die *Sorte* bezogen. Stimmten sie nach diesen Merkmalen überein, so galten sie als *homogen*. „Friktionen" hemmten zwar häufig das Bewegungsgesetz des auf diesen Grundlagen ruhenden Preismechanismus. Sie galten als die Ausnahmen.

§ 4. Das Bild einer mit solchen Prämissen rechnenden Konkurrenzwirtschaft mag zwar als abstraktes Abbild eines Lehrmodells gelten. Es scheint jedoch wirklichkeitsfremd zu sein. Untersuchen wir die Grundlagen des freien Marktes, ausgehend vom Problem der *Homogenität der Güter*, so werden wir als normal Umstände annehmen müssen, die ein vom klassischen Markt der Freien Konkurrenz wesentlich verschiedenes Bild gewähren.

Die Normalgüter, mit denen die klassische Lehre als homogen operierte, sind *nur in den seltensten Fällen* wirklich *von einheitlicher Art*. Selbst nach Normen produzierte Güter, die von mehreren Produzenten hergestellt werden — was immer Voraussetzung ist — lassen in praxi zumeist soviel an Einheitlichkeit vermissen, daß der Geschäftsmann, selbst bei gleichen Transportkosten zweier angebotener Güter „gleicher Art", nicht in die Lage von Buridans Esel gerät, sondern eine eindeutige, durch die Art des Gutes bestimmte Entscheidung treffen kann — ohne daß zur Erklärung seines Verhaltens andere Umstände, wie Tradition, freundschaftliche Beziehungen zum Anbieter u. a. herangezogen werden müssen.

Sind schon Güter gleicher Art, die von mehreren Produzenten hergestellt (und angeboten) werden, recht selten, so gilt das in stärkerem Maße noch von Gütern *einheitlicher Qualität*. Nur im Falle vollständiger Standardisierung eines Produktionszweiges darf von einheitlicher Qualität gesprochen werden; und auch dann nur, wenn nicht nur objektiv die Qualitäten einander gleichen, sondern auch subjektiv bei den Nachfragenden das Bewußtsein, es in allen

---

[9]) Ausdruck von E. v. BECKERATH, vgl. STACKELBERG, Marktform, S. 12.

Fällen mit dem gleichen Gute in uniformer Qualität zu tun zu haben, gegeben ist; andererseits gelten Güter, die in ihrer physikalischen Beschaffenheit differieren, nach unserer Ansicht trotzdem als homogen, wenn die Urteile (oder Vorurteile) der Nachfrager diese Güter als identisch betrachten.

Präzisieren wir unseren Standpunkt: Der Grad des Unterschiedes zwischen einem Gut und dem nächst substituierbaren verwandter Art und Qualität, das ein anderer produziert, entspricht dem Grad der Monopolstellung des Produzenten des ersten Gutes. Verallgemeinert auf die oben genannten Regelfälle bedeutet das: *in bezug auf seine allgemeine Gebrauchsmöglichkeit unterliegt ein Gut der Konkurrenz; in bezug auf seine „Marke"*, den Firmennamen seines Herstellers, patentierte Eigenheiten usw. *ist es ein „Monopolgut"*.

Natürlich läßt sich für jedes Gut ein anderes finden, das es in irgendwelcher Hinsicht substituiert, für dieses Substitutionsgut wieder ein anderes nächstverwandtes usw. Die Güter sind also in sehr bezeichnender Weise miteinander verkettet. Diese Tatsache macht es schwierig, die Marktform der Freien Konkurrenz in der Wirklichkeit rein nachzuweisen. Denn charakteristisch für die Markt*ein*heit ist eben die Tatsache, daß es sich um *ein* Gut handelt.

Systeme von Märkten eng substituierbarer (konkurrierender) Güter bieten freilich, als Einheit betrachtet, ein der Freien Konkurrenz sehr ähnliches Bild. „Denn die Märkte zweier konkurrierender Güter ... verhalten sich ähnlich, wie zwei Teile ein und desselben Marktes"[10]). Daher streben die Unternehmer in oligopolistischen Marktformen häufig danach, ihre Waren einander anzugleichen[11]). Die Marktpolitik des *„Imitateurs"* ist der Versuch, durch seine Ausbringung[12]) den Markt zu erweitern und so vom oligopolistischen Chaos ins Gleichgewicht der Freien Konkurrenz zu kommen; die Marktpolitik des *„Initiateurs"* geht dagegen den umgekehrten Weg: durch stärkere Differenzierung, durch Originalität den Abstand von den oligopolistischen Mitbewerbern im gleichen Markt oder auf den Märkten der nächtsubstituierbaren Güter zu vergrößern und so zum Gleichgewicht des Monopols vorzustoßen.

Hier kommen wir wieder auf das Problem der Definierung und Abgrenzung der wirtschaftlichen Güter zurück und dadurch zu-

[10]) STACKELBERG, Marktform, S. 42. Über den Ausdruck „konkurrierende Güter" (competing commodities), der von Irving Fisher stammt, vgl. MARSHALL, Principles, S. 390, Fußnote 3.

[11]) HOTELLING, Stability, S. 41.

[12]) *„Ausbringung"* (output) ist die Produktion eines Unternehmers, unter der Voraussetzung, daß der Unternehmer nicht „auf Lager" produziert.

gleich auf die Frage der Marktposition eines beliebigen Produzenten: Wann ist seine Stellung dem Monopol angenähert, wann ist ein beliebiges Gut noch Wettbewerbsgut?

„Seit Fabrikanten darauf ausgehen, ihre Güter unterschiedlich von denen der Konkurrenz zu produzieren, ist es vielleicht zweckmäßig zu sagen, daß sie in dem Maße, wie sie Erfolg haben, ein Monopol an denjenigen Elementen besitzen, in denen ihr Produkt oder sein Ruf einzigartig ist, aber nicht an den Grundelementen der Dienstleistung, die ihrem Produkt und dem der Mitbewerber gemeinsam ist"[13]).

Jedes Gut vereinigt also die Eigenschaften eines allgemeinen Wettbewerbsgutes und eines spezifischen Monopolgutes, die beide technisch und durch eine (im übertragenen Sinne) eng „verbundene Nachfrage"[14]) zusammengeschweißt sind. Der Rundfunkempfänger „Telefunken Typ Nauen" ist als Radioempfänger Wettbewerbsgut; die Marke „Telefunken" verleiht ihm spezifischen Monopolcharakter. Gegenüber anderen Fernempfängern wird er heterogen.

In gleicher Weise, wie Unterschiede nach Art und Qualität, die wir mit *Sortendifferenzierung* oder *Sortenvariierung* bezeichnen wollen, beeinflußt der *Standort*, ausgedrückt vor allem in den Transportkosten, die Homogenität der Güter. In der überkommenen Terminologie gesprochen: Die Höhe der Transportkosten spielt bei identischen Gütern, die an verschiedenen Orten verkauft werden, die gleiche Rolle, wie die Grade des Nutzenentgangs von Gütern, die ein Konsument zwar an *einem* Orte erhält, die jedoch nach ihrer Sorte mehr oder weniger von seinen Wünschen abweichen[15]). Es braucht sich hierbei keineswegs um in Geld meßbare Transportkosten zu handeln; es besteht kein prinzipieller Unterschied zu dem Fall eines näher gelegenen Bäckerladens, obgleich ein zweiter in der gleichen Straße qualitativ gleiche Waren zu gleichen Preisen anbietet; (ja, auch dann wird der erstgenannte u. U. vorgezogen, wenn sein Preis den des anderen um ein weniges übersteigt).

Standortsunterschiede bewirken also — vorausgesetzt, daß es sich um wirklich identische Güter handelt — daß ein Markt in verschiedene Märkte, seien es auch nur *Teilmärkte*, aufgegliedert wird. Rückschließend müssen wir Güter, die zwar nach ihrer Sorte identisch, doch aber mehr oder weniger standortbelastet sind (zumeist ausgedrückt durch Transportkostenzuwachs), als heterogen bezeichnen.

---

[13]) CLARK, Monopoly, S. 623.

[14]) Im Sinne von MARSHALL, Principles, S. 381 ff.

[15]) HOTELLING, Stability, S. 54, und ZEUTHEN, Theoretical Remarks.

Die Wirklichkeit zeigt normalerweise keinen einheitlichen Markt für die Befriedigung *eines* Bedürfnisses durch *ein* Gut, sondern *ein System eng miteinander verbundener Märkte,* auf denen zwei oder wenige Kontrahenten heterogene, doch zumeist substituierbare Güter handeln[16]).

§ 5. Wir glauben damit erwiesen zu haben, daß, wenigstens in der industriellen Erzeugung, die Voraussetzungen der Freien Konkurrenz nicht mit den Normalfällen übereinstimmen. (Damit soll freilich nicht gesagt sein, daß die wirtschaftenden Subjekte sich etwa nicht der Freien Konkurrenz entsprechend verhalten, wenn auch die Marktformen andere sind als die der Freien Konkurrenz.) Darf man nun etwa sagen: „Es ist deshalb nötig, den Pfad der Freien Konkurrenz zu verlassen und sich entgegengesetzter Richtung zuzuwenden, nämlich dem *Monopol* zu"[17])? Der Fall des Monopols ist in der theoretischen Literatur erheblich eingehender behandelt worden als die oben genannten Fälle des „Bereiches der wenigen Kontrahenten", insbesondere der sogenannten Oligo- und Dyopole — mit dem Ergebnis, daß der theoretische Typus des echten Monopols nahezu als ebenso selten wie der der Freien Konkurrenz als wirklichkeitsfremd anzusehen ist: Denn nahezu jedem Bedürfnis ist ein anderes nahe verwandt, das durch ein Substitutionsgut befriedigt werden kann. Streng genommen gibt es überdies keine anderen als die beschränkten Monopole, denn „ein Monopol im klassischen Sinne setzt bei *sämtlichen* Kunden des Monopolisten vollständige Passivität voraus, und eigentlich könnte sich eines solchen Monopols bloß eine einzige Person in der ganzen Welt erfreuen"[18]).

Es sind jedoch dem Monopol angenäherte Gebilde von ständig wachsender Bedeutung. Sei es, daß Kartelle oder staatliche Zwangsverbände über ein „zusammengesetztes Angebot"[19]), also über die Güter, die zur gegenseitigen Substitution geeignet sind, verfügen, sei es, daß für Rüstungs- und Arbeitsbeschaffungsaufträge allein der Staat oder von ihm kontrollierte Unternehmen als Abnehmer in Frage kommen — ständig haben wir es hier mit Wirtschaftsgebilden zu tun, deren theoretische Behandlung der des „absoluten Monopols" annäherungsweise entspricht. Ein besonders wich-

---

[16]) Wir sagen absichtlich nicht „wenige Anbieter"; denn das oben Gesagte gilt auch für die Güternachfrage, die, nach Einbeziehung des Sorten- und Standortsproblems, in ähnlicher Weise sich differenziert, wie das oben geschilderte Güterangebot. „Die Geschmäcker sind eben verschieden."

[17]) SRAFFA, The Law of Returns, S. 542.

[18]) WICKSELL, Mathematische Nationalökonomie, S. 267.

[19]) „Composite supply." Vgl. MARSHALL, Principles, S. 390 f.

tiger Sonderfall ist das *bilaterale Monopol*, das etwa in der Gegenüberstellung von Arbeitgeber- und Arbeitnehmersyndikaten im italienischen Korporationssystem auftritt. Alle diese genannten Fälle entsprechen nicht der Marktsituation „Monopol" im theoretischen Sinne, sind aber von Freier Konkurrenz weit entfernt.

Immerhin bilden auch sie nicht die Regel. Normalerweise spielt sich das Wirtschaftsleben im oben geschilderten „Bereich der wenigen Kontrahenten" ab, wobei immer wieder betont werden muß, daß die Marktlage den Kontrahenten zumeist nicht bewußt ist. Sie handeln nach dem Prinzip einer „Als-ob-Konkurrenz". Gerade die sogenannten „Friktionen" bewirken es, daß das Verhalten der Wirtschaftenden in der Wirklichkeit gar nicht so sehr von dem Verhalten der Tauschpartner in der Freien Konkurrenz der klassischen Theorie abweicht und ein Zustand herrscht, den wir mit „*Quasikonkurrenz*" bezeichnen[20]).

§ 6. Für die Marktlage der gegenwärtigen Wirtschaft ist jedoch, trotz des anders gerichteten Verhaltens der Beteiligten, der „Bereich der wenigen Kontrahenten" charakteristisch. „Es ist ja klar, daß die große Masse der geschäftlichen Transaktionen in seinen Bezirk, und weder unter den Grenzfall ganz freier Konkurrenz noch unter den Grenzfall vollständigen und gesicherten und rücksichtslos ausgenutzten Monopols fällt"[21]). „Zwischen freier vollkommener Konkurrenz und dem Monopol der Theorie liegen die Fälle der Wirklichkeit"[22]).

II. Kapitel

Freie Konkurrenz

§ 1. „*Konkurrenz*" deutet nur auf einen Zustand des Wettbewerbs hin, der an sich auch in monopoloiden Marktformen auftritt. So treten die beiden Dyopolisten in einen Wettbewerb, einer empfindet den anderen als Konkurrenten.

„*Freie Konkurrenz*" bedeutet einen anderen Tatbestand, der im folgenden skizziert sei[1]):

Die Freie Konkurrenz ist auf einem *vollkommenen Markte* lokalisiert: Auf *einem* Markte, d. h., die Güter müssen, wie im I. Ka-

---

[20]) Vgl. hierzu Kap. VIII, §§ 1—6.

[21]) SCHUMPETER, Zur Einführung, S. 248.

[22]) HOTELLING, Stability, S. 44.

[1]) JOAN ROBINSON umreißt in ihrem Aufsatz „What is Perfect Competition?" den Begriff der „Perfect Competition" sehr scharf: Die Konkurrenz sei „perfect", wenn die Nachfrage für die Ausbringung einer Firma

pitel dargestellt, vollkommen homogen sein und Transportkosten — seien sie in Geld ausdrückbar, oder nur latent, jedoch die Entscheidungen der Gegenpartei beeinflussend — dürfen keine Rolle spielen. Diese — sit venia verbo — Homogenität muß sich auch auf die Persönlichkeiten der Anbieter und Nachfrager und deren gegenseitige Beziehungen erstrecken. Machtfaktoren dürfen den Kontrahenten nicht beeinflussen, dem einen oder anderen der Gegenkontrahenten, die das Gleiche anbieten, den Vorzug zu geben. Damit isolieren wir unseren Konkurrenzbegriff von Einflüssen, die nur in der Persönlichkeit der Handelnden zu suchen sind, schalten also z. B. Freundschafts- und Mitleidskäufe aus. Die Markteinheit schließt endlich auch das Vorhandensein verschiedener Preise für homogene Güter aus.

Wir sagten: Auf einem *vollkommenen* Markte, d. h., dem Markte darf auf keiner Seite die hinreichende Anzahl der Kontrahenten ermangeln. Genau genommen müßte die Zahl der Kontrahenten beider Parteien unendlich sein. Es genügt jedoch anzunehmen, daß ihre Zahl so groß sein muß, daß kein Individuum in der Lage ist, durch die Größe seiner Ausbringung[2]) den Preis merklich zu beeinflussen oder gar Preise direkt festzusetzen[3]).

§ 2. Es kommt bei unserer Betrachtung der Freien Konkurrenz nur darauf an, daß der einzelne Marktbeteiligte *faktisch* keinen Einfluß auf den Preis hat; sein Verhalten wird von der gleichen

---

vollkommen elastisch sei. Voraussetzung einer solchen „Vollkommenen Konkurrenz" sei die Vollkommenheit des Marktes. Zur Erreichung dieses Zustandes sei es erstens notwendig, daß die Güter von der Nachfrageseite als identisch betrachtet würden, unabhängig von ihrer objektiven, oder wie wir es in Kapitel I nannten, physikalischen Beschaffenheit; zweites Erfordernis sei, daß die Anzahl der beteiligten Firmen so groß sein müsse, daß die Preis- oder Ausbringungsänderung einer Firma nur eine zu vernachlässigende Wirkung auf die Preise bzw. Ausbringungen der anderen Firmen hat. Die Konkurrenz könne, wenn steigende Grenzkosten vorliegen, nur vollkommen sein, wenn die Anzahl der Firmen unendlich ist. Deshalb sei eine absolut vollkommene Konkurrenz eine Unmöglichkeit. — Bei vollkommener Unelastizität des Angebots spiele die Vollkommenheit der Konkurrenz und damit die Gestaltung der Nachfragekurve keine Rolle. Welche Zahl von Konkurrenten notwendig ist, um eine höchstmögliche Annäherung an den Zustand der Vollkommenen Konkurrenz zu erreichen, hänge allein von der Neigung der Grenzkostenkurve ab. Unter gewissen Umständen könne die Zahl sehr klein sein.

[2]) Siehe Kapitel I, Anmerkung 12.

[3]) CHAMBERLIN (Monopolistic Competition, S. 7) möchte dem Individuum auch im Zustand der „pure competition" „einen unbedeutenden Einfluß auf den Preis" zubilligen, „aber es macht nicht Gebrauch davon, weil es nicht seiner Mühe wert ist".

Triebfeder getrieben, wie das des Monopolisten: Der Maximierung seines Nutzens. Das Verhalten des Unternehmers unter Freier Konkurrenz bildet, genau genommen, nur einen *Sonderfall des monopolistischen Verhaltens;* sowohl der unter Freier Konkurrenz Wirtschaftende wie der Monopolist handeln nach dem Grundsatz: Grenzkosten gleich Grenzerlös; im Sonderfall der Freien Konkurrenz fällt aber der Grenzerlös mit dem (vom Verhalten der Marktbeteiligten unabhängigen) Preise zusammen, so daß für das Verhalten des Unternehmers der Freien Konkurrenz der Satz: Grenzkosten gleich Preis gilt.

§ 3. Wenn wir die Stellung des Anbieters in der Freien Konkurrenz noch einmal genau umreißen, so kommen wir zu dem Schluß: Kein Anbieter, *kein Produzent kann* und will bei Freier Konkurrenz *„Preispolitik" treiben.* Sein Verhalten entspricht dem Verhalten von PARETOS „Typ I"[4]). Der Marktbeteiligte in Freier Konkurrenz kann nur „Mengenpolitik" in dem Sinne treiben, daß er das Optimum seiner Ausbringung bei gesetzten Preisen zu erreichen sucht. „Preispolitik setzt immer einen gewissen Grad des Monopols voraus"[5]). Preispolitisches Verhalten entspräche dem von PARETOS „Typ II"[6]).

Für die faktische Unfähigkeit des Marktbeteiligten, auf den Konkurrenzpreis einen wesentlichen Einfluß ausüben zu können, für die Determiniertheit seines Handelns, geben STACKELBERG[7]) und CHAMBERLIN[8]) treffende Beweise.

§ 4. Auf die oft genannte Prämisse der *unendlichen Teilbarkeit der Güter*[9]) glauben wir hier verzichten zu können, weil das Denken der Kontrahenten und damit ihre maßgeblichen Nutzenkomputationen nicht mit unendlich teilbaren Quantitäten rechnen; oder, um es positiv zu sagen, weil allgemein die marktübliche Quantität eines Gutes als *ein* Gut angesehen wird. Doch müssen wir als selbstverständlich voraussetzen, daß *eine* Quantität des Gutes der anderen vollständig gleicht. — Die Voraussetzung unendlicher Teilbarkeit würde vor allem zu weit führen, wenn sie für eine Geldwirtschaft angewandt würde. Jedem Münzsystem sind Grenzen der Teilbarkeit der Geldeinheit gesetzt, ganz abgesehen von der Unwahrscheinlichkeit, in unendlich kleinen Quantitäten „zu rechnen".

---

4) PARETO, Manuel, S. 163—165.
5) HARDY, Markets, S. 132.
6) PARETO, Manuel, S. 166.
7) STACKELBERG, Marktform, S. 12—14.
8) CHAMBERLIN, Monopolistic Competition, S. 16 ff.
9) SCHUMPETER, Wesen und Hauptinhalt, S. 271.

§ 5. Eine Marktform, der es an keiner der oben genannten Voraussetzungen gebricht, können wir als „*Freie Konkurrenz*“ bezeichnen. Um das Bild abzurunden, müssen wir nur noch hinzufügen, daß die im I. Kapitel[10]) erwähnte Markttransparenz vollkommen sein muß.

An Hand dieses Lehrmodells werden wir von jeder wirtschaftspolitischen Maßnahme sagen können, ob sie einen Zustand herbeiführt, der die Freie Konkurrenz annäherungsweise verwirklicht, oder einen Zustand, der sich von ihr entfernt. Beispielsweise werden wir den Erlaß einer Preisschilder-Verordnung als Maßnahme zur Erhöhung der Markttransparenz und so als Annäherung eines Wirtschaftsbereiches an die Freie Konkurrenz auffassen können.

§ 6. Die Theorie des Konkurrenzpreises an dieser Stelle darzustellen oder abzuleiten, halten wir für unnötig; insbesondere soll nicht die Streitfrage über die Genesis des Konkurrenzpreises aufgerollt werden; sie ist für unsere Zwecke bedeutungslos. Wird die Annahme, daß dem Gleichgewichtspreis der Freien Konkurrenz ein Schöpfungsprozeß vorausgeht, bejaht, so verweisen wir auf das bekannte Lehrschema der österreichischen Schule, insbesondere auf BÖHM-BAWERKS geniale Darstellung[11]).

Auch die Beschreibung des einmal entstandenen Gleichgewichtspreises der Freien Konkurrenz wollen wir nicht wiederholen; wir verweisen auf MARSHALLS Hauptwerk[12]). Wir begnügen uns, aus der allgemein anerkannten Lehre den Schluß zu ziehen, daß der in Freier Konkurrenz zustande gekommene Preis ein Preis echten, stabilen Gleichgewichtes ist. Ein ökonomisches „Gesetz der Trägheit“ läßt ihn auf seinem Platz verharren; einmal verschoben, kehrt er auf ihn zurück, vorausgesetzt, daß sich auf Angebots- oder Nachfrageseite nichts geändert hat. Der Konkurrenzpreis ist — im Gegensatz zu dem durch Maximierung des Monopolistengewinnes diktierten Gleichgewicht des Monopolpreises — *ein Gleichgewichtspreis, der Angebot und Nachfrage gleichsetzt.* Ein solcher „equating price“[13]) ist nur ein Sonderfall anderer, in anderen Kapiteln dieser Arbeit darzustellender „equilibrium prices“. „Fälschlicherweise wurde das Gleichgewicht ökonomischer

---

[10]) § 3 und Anmerkung 9.

[11]) BÖHM-BAWERK, Positive Theorie, Band I, S. 272 ff. — Vgl. auch die auf WALRAS (Eléments d'Économie Politique Pure, S. 127) und EDGEWORTH (Papers Relating to Political Economy, Bd. II, S. 311) beruhende Darstellung von LIEFMANN-KEIL (Organisierte Konkurrenz-Preisbildung, S. 72 ff.).

[12]) MARSHALL, Principles, vor allem S. 345 ff.

[13]) CHAMBERLIN, Monopolistic Competition, S. 12 f.

Kräfte mit dem Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage identifiziert. Das letztere ist nur ein Spezialfall des ersteren"[14]), ein Spezialfall, der gerade die Eigenart des Konkurrenzpreises ausmacht.

§ 7. Um die Beurteilung der Wirkung einer Preistaxe bei freier Konkurrenz zu ermöglichen, muß zunächst aus dem „Branchengleichgewicht" dieser Marktform *das individuelle Gleichgewicht der Einzelfirma* abgeleitet werden[15]). Ist die Freie Konkurrenz wirklich vollkommen, so muß die Nachfrage für das Produkt der Einzelfirma vollkommen elastisch sein. Ein auch noch so geringes Heraufsetzen des Preises würde die Nachfrage nach dem Produkt dieser Firma vollkommen verschwinden lassen; durch Herabsetzen des Preises würde sich die gesamte Nachfrage dieser Firma zuwenden. Diese Elastizität drückt sich in der Form der individuellen Nachfragekurve aus: sie ist für die Einzelfirma eine Gerade, eine Parallele zur Mengenachse. Wenn nun ein völliges Gleichgewicht herrscht, dann liegt der Preispunkt der *Grenzfirma* auf dem tangentialen Schnittpunkt der individuellen Nachfragekurve (die mit der Grenzerlöskurve dort zusammenfällt) mit der Stück- oder Durchschnittskostenkurve. Dieser Schnittpunkt liegt im Minimum der Durchschnittskostenkurve, die an diesem Punkt von der Grenzkostenkurve geschnitten wird. Würde die individuelle Nachfragekurve unterhalb der Durchschnittskostenkurve verlaufen, so müßte die Firma die Produktion einstellen. Auch die Grenzfirma bezieht einen Profit, der einen, wenn auch höchst unelastischen „Puffer" darstellt und unter Umständen eine gewisse Komprimierung verträgt[16]).

---

[14]) CHAMBERLIN, Monopolistic Competition, S. 15.

[15]) Vgl. hierzu die Darstellung des individuellen Gleichgewichtes bei Freier Konkurrenz bei: JOAN ROBINSON, Imperfect Competition, S. 94 bis 97, 215 f.; GOCHT, Marktverfassung, S. 314 ff.; LIEFMANN-KEIL, Organisierte Konkurrenz-Preisbildung, S. 17—21, 79.

[16]) Eine andere Konzeption der Freien Konkurrenz, die u. a. von JOAN ROBINSON, VINER und GOCHT vertreten wird, unterscheidet zwischen lang- und kurzfristiger Betrachtung der Freien Konkurrenz. *In the long run sind alle Unternehmer* bei Freier Konkurrenz *Grenzunternehmer*, die eine normale Profitrate beziehen. In the short run können die Profite einzelner Unternehmer „übernormal" sein; es würden dann neue Firmen in die Branche eintreten, deren Konkurrenz die Profitrate wieder auf das Normalmaß herabdrückt.

Zum Problem des *normalen Profites:* vgl. JOAN ROBINSON, „What is Perfect Competition", S. 106—111. Nach JOAN ROBINSON's dort wiedergegebener neuerer Auffassung gibt es genau genommen zwei normale Profitniveaus in jeder Branche; ein höheres, das neue Firmen zum Eintritt veran-

Diesseits des Grenzproduzenten stehen die *intramarginalen Produzenten*, die, je nach ihrer Kostengestaltung, einen mehr oder minder großen Profit beziehen. Die Differenz zwischen dem Profit des Grenzproduzenten und dem Profit eines intramarginalen Produzenten bildet dessen *Produzentenrente*. Die Produzentenrente bildet einen elastischen, komprimierbaren Puffer. Ihre Kürzung wird den Produzenten nicht zum Verlassen der Branche zwingen. — Geometrisch stellt sich die Lage des intramarginalen Produzenten folgendermaßen dar: er richtet seine Ausbringung so ein, daß die Grenzkosten gleich dem Preise werden, der von seinem Verhalten unabhängig ist. Die individuelle Nachfragekurve tangiert nicht die Durchschnittskostenkurve in ihrem Minimum, sondern bildet eine je nach Größe der Produzentenrente höher gelagerte Parallele zur Mengenachse.

Das Angebot einer Branche weist für jedes Gut eine bestimmte *Elastizität* auf. Die Elastizität ist gleich *eins*, „wenn das Angebot auf eine Preisveränderung sofort und proportionell reagiert"[17]). Die Elastizität des Branchenangebotes läßt sich auf die *Reagibilität der Einzelfirma* zurückführen, d. h. auf deren Fähigkeit, ihre Ausbringung unmittelbar einer Preisveränderung anzupassen. Diese Fähigkeit ist wiederum davon abhängig, wie hoch der Fixkostenanteil an den Gesamtkosten eines Stückes ist. Die Ausbringung einer Firma ist in the long run stets leicht variierbar; in the short run ist eine Variierung um so leichter, je geringer der Fixkostenanteil an den Produktionskosten ist. Kann eine Firma sowohl kurz- wie langfristig auf Preisänderungen reagieren, so ist ihre Ausbringung *elastisch*.

---

lasse, und ein niedrigeres, bei dessen Unterschreitung sich die Branchenfirmen zum Austritt veranlaßt sähen. — Diesem Aufsatz ging eine Diskussion über das Problem der normalen Profite zwischen JOAN ROBINSON, SHOVE und HARROD voraus, die ZOLL (Kostenproblem, S. 107—122) wiedergibt.

Tatsächlich besteht beim Übergang von einer Branche in eine andere eine *„Reizschwelle"*; die erwarteten Gewinne müssen an dem Unternehmer lohnend erscheinen lassen, die Kosten des Überganges auf sich zu nehmen. *Die Branchen sind* wegen dieser Reizschwelle *häufig „non competing groups"*. (Der Ausdruck „non competing groups" wurde bisher nur in der Lohntheorie angewandt. Er charakterisiert dort die einzelnen Berufszweige, in denen kein ausgeglichenes Lohnniveau zustande kommt, da sich Hemmnisse dem Übergange von einem Berufszweige zum anderen entgegenstellen [vgl. Kap. V, § 10].)

[17]) SCHUMPETER, Angebot, S. 303.

Ist die *Kostenstreuung innerhalb einer Branche* gering, dann entspricht die Branchenelastizität der Elastizität einer repräsentativen Einzelfirma.

Die Wirklichkeit zeigt aber, daß viele Branchen, auch solche, deren Marktlage der Freien Konkurrenz angenähert ist, eine sehr *hohe* Kostenstreuung aufweisen[18]).

Bei hoher Kostenstreuung besteht eine verhältnismäßig breite Profitspanne, d. h. die Anzahl der intramarginalen Produzenten ist hoch. Ist dagegen die Kostenstreuung gering, sind die Kosten der Einzelfirmen also annähernd „equal" und „uniform", dann stehen alle Produzenten dem Grenzproduzenten nahe. Das Gesamtangebot ist in diesem Falle elastischer als bei hoher Kostenstreuung, was beispielsweise bedeutet, daß ein Sinken des Preises einen größeren Angebotsrückgang bei geringerer Kostenstreuung als bei größerer aufweisen wird. *Die Branchenelastizität ist also in höchstem Maße von der Kostenstreuung abhängig.*

Die *Nachfrage* befindet sich bei Freier Konkurrenz in ähnlicher Lage wie das Angebot. Auch die individuelle Nachfrage steht einem vollkommen elastischen Angebot gegenüber. Die Einzelnachfrage hat keine merkliche Wirkung auf die Preisbildung. Die Preiskurve des einzelnen Nachfragers ist von seiner Nutzenschätzung der Ware abhängig. Wie die Grenzkosten den Preis des Anbieters bestimmen, so bestimmt der in Geld gewogene Grenznutzen den Nachfragepreis. Auch die Gesamtnachfrage ist mehr oder weniger elastisch, d. h. sie reagiert auf Preisänderungen mehr oder weniger unmittelbar und stärker oder schwächer als proportional. Die Nachfrageseite weist Grenzkonsumenten auf; diesseits der Grenzkonsumenten steht die intramarginale Nachfrage, die eine Konsumentenrente bezieht. Die Nachfrage ist dann höchst elastisch, wenn alle Nachfrager dem Grenzkonsumenten nahestehen, d. h., wenn die Konsumentenrenten gering sind.

§ 8. Um die möglichen *Preiseingriffe* bei Freier Konkurrenz systematisch zu erfassen, werden wir diese *in drei Klassen* einteilen:

1. Preiseingriffe, die einen Mindestpreis diktieren (§ 9);
2. Preiseingriffe, die einen Höchstpreis diktieren (§ 10);
3. Preiseingriffe, die einen Festpreis diktieren (§ 11).

Wir werden bei jedem dieser Preiseingriffe die Folgen aufzuzeigen versuchen, die entstehen, wenn der Preis

a) unter dem Konkurrenzpreis liegt,

---

[18]) Vgl. hierzu das aus den Untersuchungen des Reichskuratoriums für Wirtschaftlichkeit (RKW) angeführte Beispiel bei FRITZ S. WEBER, Kompendium, S. 225 f.

b) dem Konkurrenzpreis gleicht,
c) über dem Konkurrenzpreis liegt.

Mit *„Ordnungstaxen"* wollen wir der überkommenen Taxpreistheorie[19]) entsprechend solche Preiseingriffe bezeichnen, „die eine genaue oder annähernde Fixierung *der* Preise darstellen, die sich auch als freie Konkurrenzpreise bilden würden"[20]).

§ 9. Ein *Mindestpreis* beruht auf einem Preiseingriff, der die Überschreitung oder Einhaltung des Mindestpreises dem Belieben der Einzelfirma überlassen will, der aber eine Unterschreitung verbietet.

a) *Der Mindestpreis liegt unter dem Konkurrenzpreis.* In diesem Falle wird die Firma den (höheren) Konkurrenzpreis setzen, da zu diesem Preis ihre Profite, gemessen an der Marktlage, die höchstmöglichen sind. Würde sie den Mindestpreis wählen, so würden, falls sie Grenzfirma ist, ihre Kosten nicht gedeckt (sie würde dann unrentabel arbeiten), oder es würden sich, falls sie diesseits des Grenzproduzenten produziert, ihre Profite vermindern.

b) *Der Mindestpreis ist gleich dem Konkurrenzpreis.* Die Firma wird bei dem ohnedies herrschenden Konkurrenzpreis verharren und ebenso wenig Veranlassung haben, den Mindestpreis wie den Konkurrenzpreis zu überschreiten (Grund: s. § 8). Ein solcher Mindestpreis ist eine Ordnungstaxe.

c) *Der Mindestpreis liegt über dem Konkurrenzpreis.* Da keine der Firmen freiwillig über den Konkurrenzpreis hinausgehen wird, wird ein über dem Konkurrenzpreis festgesetzter Mindestpreis automatisch zum Festpreis; er hat die gleichen Wirkungen, die wir unten (§ 12c) als Wirkungen des über dem Konkurrenzpreis liegenden Festpreises schildern werden.

Folgerung: Mindestpreise, die *unter* dem Konkurrenzpreis (a) und *gleich* dem Konkurrenzpreis (b) diktiert werden, sind als Ordnungstaxen bei Freier Konkurrenz in der Statik irrelevant[21]) [22]). Vielleicht werden sie mit dem Ziel erlassen, einer in Wahrheit schon im Gleichgewicht befindlichen Branche eine gesetzliche Stütze zu verleihen. — Mindestpreise *über* dem Konkurrenzpreis (c) sind in Wahrheit keine *Mindest*preise, sondern *Fest*preise.

---

[19]) MISES, Theorie der Preistaxen, S. 126 ff.; VLEUGELS, Theorie der gebundenen Preisbildung, S. 137 ff.

[20]) VLEUGELS, Theorie der gebundenen Preisbildung, S. 137.

[21]) „Trifft nämlich eine Taxe mit dem wahren Marktpreise zusammen, so bestimmt sie nur etwas, was auch ohne sie zustande gekommen wäre" (MOHL, Polizei-Wissenschaft, Bd. I, S. 328).

[22]) In anderen Marktformen und in der Dynamik können Mindestpreise sehr wohl ihren Sinn haben. Vgl. Kap. V, § 8.

§ 10. Ein *Höchstpreis* beruht auf einem Preiseingriff, der die Unterschreitung oder Einhaltung des Höchstpreises dem Belieben der Einzelfirma überlassen will, der aber eine Überschreitung verbietet.

a) *Der Höchstpreis liegt unter dem Konkurrenzpreis.* Da keine Firma freiwillig diesen Höchstpreis unterschreiten wird — sie würde dann, wie unten (§ 11 a) gezeigt wird, unter sich vermindernden Gewinnen bzw. unter steigenden Verlusten produzieren — gleicht ein solcher Höchstpreis einem Festpreis: Seine Wirkungen werden wir unten (§ 11 a) als Wirkungen des Festpreises unter Konkurrenzpreis darstellen.

b) *Ein Höchstpreis, der dem Konkurrenzpreis gleichgesetzt ist,* ist eine reine Ordnungstaxe. Diesen Höchstpreis kann eine Firma ebenso wenig unterschreiten wie den Konkurrenzpreis, da sie sonst mit Verlusten bzw. abnehmenden Gewinnen arbeiten würde.

c) *Der Höchstpreis ist über dem Konkurrenzpreis fixiert.* In diesem Falle bleibt es bei jeder Firma beim Konkurrenzpreis, da keine Firma bei Freier Konkurrenz den Konkurrenzpreis überschreiten wird (s. § 8).

Folgerung: Höchstpreise, die *über* dem Konkurrenzpreis (c) oder *gleich* dem Konkurrenzpreis (b) diktiert sind, sind in der Statik irrelevant. Vielleicht bezweckt die anordnende Behörde lediglich durch vermeintlichen „Konsumentenschutz" eine politische Wirkung auszuüben. — Ein Höchstpreis *unter* dem Konkurrenzpreis (a) ist in Wahrheit ein Festpreis.

§ 11. Ein *Festpreis* beruht auf einem Preiseingriff, der weder die Über- noch Unterschreitung des diktierten Preises gestattet.

a) *Der Festpreis liegt unter dem Konkurrenzpreis.* Wir nehmen zunächst an, daß das *Angebot* elastisch ist. Die Dichte der Anbieter nimmt dann in der Nähe des Grenzproduzenten zu. Die Kostenstreuung ist gering. Wird jetzt ein Festpreis unter dem Konkurrenzpreis fixiert, dann fällt der Grenzproduzent, bei dem das Stückkostenminimum gleich dem Preise war, aus. Es fallen ferner alle diejenigen bisher intramarginalen Produzenten aus, die zwar zum Konkurrenzpreis eine Produzentenrente bezogen, deren Durchschnittskostenkurve aber jetzt oberhalb der Festpreisgeraden verläuft. Die übrigen intramarginalen Produzenten müssen sich eine Profitkürzung gefallen lassen, können aber die Preistaxe tragen. Ist also das Angebot elastisch, dann werden bei geringer Unterschreitung des Konkurrenzpreises verhältnismäßig viel Produzenten ausfallen. Der Angebotsrückgang ist auch bei geringer Unterschreitung hoch.

Ist das Angebot dagegen unelastisch, d. h. ist die Kostenstreuung hoch, dann stehen verhältnismäßig viel Produzenten diesseits des Grenzerzeugers. Eine geringe Unterschreitung des Konkurrenzpreises wird zunächst nur den Grenzproduzenten ausfallen lassen, und erst bei einer größeren Preissenkung wird die Festpreisgerade unter dem Durchschnittskostenminimum einer größeren Anzahl von intramarginalen Produzenten liegen. Bei der Mehrzahl der Produzenten wird nur die Profitrate gekürzt. Der Festpreis hat einen geringeren Rückgang der Gesamtausbringung zur Folge als bei elastischem Angebot.

Die gleiche Betrachtungsweise läßt sich auch auf die Einzelfirma anwenden, wobei wir annehmen, daß die Taxe die Produzentenrente bereits weggesteuert hat. Ist der Fixkostenanteil an den Stückkosten hoch, dann bewirkt eine Preissenkung bei kurzfristiger Betrachtung nur eine geringe Änderung: Der Unternehmer wird dem Produkt nur die variablen Kosten zurechnen; er nimmt an, daß seine Verluste bei Produktionseinstellung verhältnismäßig größer sind. Erst in the long run wird er seine Produktion einstellen. Ist dagegen der Anteil der variablen Kosten hoch, dann hat eine Preissenkung auch kurzfristig eine Produktionseinstellung zur Folge.

Gehen wir nun von der Betrachtung der Einzelfirma wieder auf die der Branche über, dann zeigt sich, daß der Ausfall der Grenzfirmen einzelne Produktionsfaktoren freisetzt. Die Folge ist eine Verbilligung dieser Produktionsfaktoren, beispielsweise ein Sinken des Lohnniveaus. Die überlebenden intramarginalen Firmen sind jetzt in der Lage, zu den niedrigeren Preisen mehr Produktionsmittel einzusetzen, also beispielsweise mehr Arbeiter zu den niedrigeren Löhnen einzustellen; sie können jetzt ihre Produktion unschwer ausdehnen. Es ergibt sich also, daß das Gesamtangebot zwar in the short run zurückgeht, daß aber bei langfristigerer Betrachtung der Rückgang durch *Kostensenkung* und durch damit verbundene Produktionsausweitung der überlebenden Firmen wieder ausgeglichen werden kann.

Es besteht überhaupt oft die Möglichkeit, durch veränderte Kostenumstände — gleichzeitig allgemeine Kostensenkung durch Diktierung von Festpreisen für Güter höherer Ordnung[23]) — die allgemeinen Durchschnittskosten der Einzelfirmen zu senken. Da die Märkte von Gütern zweiter und höherer Ordnung häufig nicht der Freien Konkurrenz entsprechen, sondern eine andere Marktform, die die Festsetzung von Taxen gestattet (vgl. Kapitel III,

[23]) Begriff nach MENGER, Grundsätze, S. 21 f.

IV, V), aufweisen, wird auf dem Umweg über eine solche Kostensenkung ein Festpreis unter dem ursprünglichen Konkurrenzpreis auch den Grenzproduzenten und die ihm nahestehenden intramarginalen Produzenten nicht ausfallen lassen.

Den bei Festsetzung einer Taxe unter Konkurrenzpreis ausfallenden Produzenten steht der „Ausweg" frei, durch Sortenvariierung, die sich häufig in Qualitätsverschlechterung der produzierten Ware oder im Übergang zu nichtpreisgebundenen Substitutionsgütern oder überhaupt zu lohnenderen Produktionen äußern wird, in andere Märkte und häufig andere Marktformen überzugehen[24]).

Es ist nun das *Verhalten der Nachfrage* zu betrachten. Wenn die Nachfrage vollkommen unelastisch ist, dann wird ein unter dem Konkurrenzpreis liegender Festpreis keine Nachfragesteigerung zur Folge haben. Ist dagegen die Nachfrage mehr oder minder elastisch, so wird sich das in einer mehr oder minder großen Nachfragesteigerung äußern. Da der Preis nun starr auf seinem neuen Niveau unter dem früheren Konkurrenzpreis festliegt, wird ein Teil der Gesamtnachfrage unbefriedigt bleiben müssen[25]). Welcher Teil der Nachfrage befriedigt wird, bleibt „dem Zufall" oder „persönlichen Beziehungen"[26]), oder der Ausdauer im „Schlange stehen"[27]) überlassen, wenn nicht ein weiterer Staatseingriff erfolgt, der *die Verteilung rationiert*[28]). Die Rationierung kann, ins-

---

[24]) „Die Produzenten würden selbstverständlich, solange noch eine Möglichkeit der Ausweichung besteht, in anderen noch lohnenden Produktionszweigen unterzukommen suchen" (VLEUGELS, Theorie der gebundenen Preisbildung, S. 145).

[25]) „Wenn in Branchen, die sich in Freier Konkurrenz befinden, die Preise künstlich heruntergedrückt werden, ist die Gesamtnachfrage aller Käufer größer und kann *viel* größer sein als das Angebot" (PIGOU, Economics of Welfare, S. 243). Ähnlich: CANNAN, An Economist's Protest, S. 144.

[26]) MISES, Theorie der Preistaxen, S. 129.

[27]) PIGOU, Economics of Welfare, S. 244; CANNAN, An Economist's Protest, S. 144.

[28]) „Die Festsetzung von Preisen, die nicht überschritten werden dürfen (Höchst- oder Festpreise) ist vollkommen zwecklos, wenn der Staat nicht gleichzeitig für eine angemessene *Verteilung* sorgt. Das Hauptziel des Staates ist nicht die Befriedigung seines Verwaltungsapparates darüber, daß auf dem Papier alles in Ordnung sei, sondern Hauptzweck des Staates ist eine Wirtschaftsordnung, die allen leistungsbereiten Bürgern Befriedigung ihrer Lebensbedürfnisse ermöglicht. Die Verteilung ist der schwerere Teil der Preisbeeinflussung. ... Diese Leitung der Ware vom Erzeuger bis zum Verbraucher erfordert nicht nur Erfahrung und Können, sondern

besondere bei Gütern erster Ordnung, z. B. Nahrungsmitteln, in dem Sinne erfolgen, daß jedem Nachfrager der gleiche Anteil zuerkannt wird. (Ein solches Rationierungssystem funktioniert nur, wenn dieser Anteil auch wirklich ausgenutzt wird, oder wenn eine Minderausnutzung dieses Anteils durch eine Höherausnutzung seitens anderer Nachfrager kompensiert wird.) Bei Gütern höherer Ordnung wird man aber häufig eine diskriminatorische Rationierung zugunsten der staatspolitisch wichtigeren Nachfrage vornehmen.

b) *Der Festpreis ist gleich dem Konkurrenzpreis;* er wird damit zur Ordnungstaxe. Bei den bisher besprochenen Ordnungstaxen (§§ 9b, 10b) verläßt der Produzent den Konkurrenz- und Taxenpreis nicht, weil er sonst das Maximalgewinnprinzip verletzen würde; zu diesem Motiv tritt hier noch verschärfend der gesetzliche Zwang.

c) *Der Festpreis liegt über dem Konkurrenzpreis;* die Preisgerade liegt auch beim Grenzproduzenten über dem Stückkostenminimum. Wir setzen hier zunächst voraus, daß die Gesamtnachfrage so unelastisch ist, daß sie den Festpreis trägt, ohne zurückzugehen oder zu schwinden. Wir nehmen ferner zunächst an, daß die Branche mit Diktierung des Festpreises „geschlossen" ist, d. h., daß keine neuen Firmen hinzutreten, beziehungsweise daß gleichzeitig ein „Investitionsverbot" erlassen wird (zwei Annahmen, die natürlich im Widerspruch zu unserer Konzeption von der Freien Konkurrenz stehen).

Die Einzelfirmen werden unter diesen Voraussetzungen „abnorme Profite" machen; jede Firma hat dann eine dem Monopol angenäherte Stellung. Jeder Produzent wird nun seine Produktion so einstellen, daß die Grenzkosten mit dem Festpreis zusammenfallen; er wird also nicht bei der Konkurrenzausbringung verharren.

Lassen wir nun die letztgenannte Voraussetzung der Geschlossenheit der Branchen fallen und führen wir stattdessen das System der Gewerbefreiheit und freien Branchenwahl ein, dann werden die abnormen Profite neue Firmen in die Branche hereinziehen. Diese Tatsache, sowie die Wahrscheinlichkeit, daß zu diesem höheren Preise die Einzelfirmen, die nach dem Grundsatz „Grenz-

---

erfordert vor allem höchste Rechtschaffenheit und dies alles in einem außerordentlich großen Verwaltungsapparat. ... Die ganzen Unkosten dieses Apparates müßten selbstverständlich von dem gesamten Volk getragen werden, denn aus der Luft läßt sich der Unterhalt der in diesem Apparat Beschäftigten nicht gewinnen" (Dr. GOERDELER, Preisbestimmung durch Gesetz, S. 915 f.).

kosten gleich Preis" kalkulieren, ihre Ausbringung vermehren, führt je nach Elastizität des Angebotes zu einem mehr oder minder großen Überangebot. Es erweist sich als notwendig, daß der Staat (analog der Rationierung der Nachfrage bei einem Festpreis unter dem Konkurrenzpreis) den einzelnen Firmen Ausbringungsquoten zuerteilt, oder den Ausbringungsüberschuß aufkauft und dann aufstapelt, vernichtet oder anderweitigen Verwendungsarten zuführt[29]).

Lassen wir jetzt auch die ersten Voraussetzungen der Unelastizität der Gesamtnachfrage fallen und nehmen wir zunächst an, daß die Gesamtnachfrage mäßig elastisch sei. Ein Festpreis über Konkurrenzpreis bewirkt dann, daß der Gesamtabsatz zurückgeht; die Größe des Rückgangs entspricht der Elastizität der Nachfrage und der Differenz zwischen Festpreis und Konkurrenzpreis. Die Gesamtnachfrage wird zugunsten ihres kaufkräftigeren Teiles (dessen Konsumentenrente gekürzt wird) eingeschränkt. Die Grenznachfrager fallen aus.

Ist dagegen die Gesamtnachfrage absolut elastisch, dann wird ein Festpreis über dem Konkurrenzpreis die Nachfrage vollkommen verschwinden lassen. Die Einzelfirmen setzen überhaupt nichts mehr ab.

Folgerung: Ein Festpreis *unter* Konkurrenzpreis (a) zwingt die Grenzproduzenten zur Einstellung der Produktion und verringert, je nach seiner Elastizität, das Angebot in stärkerem oder schwächerem Maße. Soweit der Festpreis nicht das Durchschnittskostenminimum der intramarginalen Produzenten unterschreitet, verkürzt er ihre Profitraten. Ein solcher Festpreis kann, nach Ansicht der bisherigen Taxpreistheorie, zu der auch wir auf Grund empirischer Betrachtung neigen, eine Schlechterstellung der Nachfrage, zumindest bezüglich der Versorgung mit dem durch Festpreis gebundenen Produkt mit sich bringen. Theoretisch ist der „Nutzen" oder die „Schlechterstellung" der Nachfrage allein von der Elastizität des Angebotes abhängig. *Ein solcher Festpreis wirkt ähnlich wie der Preis eines Nachfragemonopols:* Auch ein Nachfragemonopolpreis schränkt das Angebot ein, nützt aber, wenn er nach

---

[29]) „Mindestpreise (d. h. Mindestpreise über dem Konkurrenzpreis; siehe § 9c. Anm. des Verf.) sind nur möglich bei Gütern, die der einzelne haben *muß,* um leben zu können (also bei Gütern, deren Nachfrage unelastisch ist! Anm. d. Verf.). Sie setzen ebenfalls eine Regelung der Verteilung voraus, damit nicht volkswirtschaftliche Verluste durch Verderb von Waren eintreten" (Dr. GOERDELER, Preisbestimmung durch Gesetz, S. 917).

COURNOTschen Grundsätzen gewählt wird, durchaus der Nachfrage[30]). — Ein Festpreis, der dem Konkurrenzpreis gleicht (b), ist, als Ordnungstaxe, in der Statistik ohne Bedeutung. — Ein Festpreis *über* dem Konkurrenzpreis vermindert die Nachfrage, je nach ihrer Elastizität, mehr oder weniger. Die Konsumentenrenten der kaufstärkeren Käufer werden gekürzt. Ist mit der Festsetzung eines solchen Preises die Absicht verbunden, die Produzenten besser zu stellen, dann erreicht ein solcher Preis sein Ziel immer nur dann, wenn die Nachfrage unelastisch ist. Ist dagegen die Nachfrage elastisch, dann wird das gesteckte Ziel nur beschränkt erreicht. Besteht der Zweck der Taxe lediglich darin, die Produktion in andere Produktionszweige umzulenken, so liegt ein solcher Erfolg im Bereich des Möglichen.

§ 12. Die überkommene Darstellung der Taxpreistheorie hat nicht versäumt, darauf hinzuweisen, „daß *die Preistaxe als isolierter Ein-*

---

[30]) Gegen den Einwand, daß die Preissenkung, verbunden mit der Wahrscheinlichkeit, weniger von dem gewünschten Gut kaufen zu können, größere Einkommensbeträge freimache, die für den Kauf anderer Güter verwendet werden könnten und dadurch das Gesamtnutzenniveau auf einen höheren Index heben würden, könnte vom Standpunkt der bisherigen Preistheorie — unter irrtümlicher Außerachtlassung des Nachfragemonopolproblems — folgendes gesagt werden: Selbstverständlich würden größere Einkommensbeträge für den Kauf anderer Produkte frei. Die Nachfrage werde sich zunächst solchen Produkten zuwenden, die geeignet seien, das durch die Angebotsverknappung betroffene Bedürfnis in ähnlicher Weise zu befriedigen, wie das mit Preistaxe bedachte Gut selbst: Die Nachfrage würde sich also prima facie den Surrogatgütern zuwenden. Da man annehmen darf, daß für die meisten Konsumenten dieselben oder wenige ähnliche Surrogatgüter das verknappte Gut ersetzen, würde eine große Steigerung der Gesamtnachfrage nach diesen Gütern eintreten. Die Folge einer solchen Nachfragesteigerung sei, daß die Preise der Surrogatgüter in die Höhe gingen. Der einzelne Konsument hätte also für das Surrogatgut einen höheren Preis anzulegen, als vor Einsetzung des Festpreises. Dadurch würde ein Teil der freigewordenen Einkommensbeträge absorbiert, evtl. falle auch schon die ganze Ersparnis fort. Da nun alle Güter mehr oder minder surrogatverwandt sind (s. Kap. I, § 4), würde sich die Nachfragesteigerung und die damit verbundene Angebotsverknappung und Preiserhöhung allmählich auf alle Güter erstrecken. Der Zusammenhang wäre um so enger, je „verwandter" die Güter sind. Will der Staat dieser Entwicklung entgegenwirken, dann bleibe ihm nichts übrig, als zunächst die Surrogatgüter auch einer Taxe zu unterwerfen; dann die den Surrogatgütern nächstverwandten Güter; dann wiederum die nächstverwandten usw. (Vgl. MISES, Theorie der Preistaxen, S. 129, VLEUGELS, Theorie der gebundenen Preisbildung, S. 142, LANDAUER, Theorie der Verteilung, S. 3.)

griff in das Spiel des Marktes" *undenkbar* sei[31]). Diese Tatsache läßt sich auch aus der Verwandtschaft der Güter herleiten: Einmal von der Nachfrageseite her (Substitutionsverwandtschaft; zusammengesetzte Nachfrage für Gütergruppen), zum anderen von der Angebotsseite her (verbundenes Angebot; Kuppelprodukte; Komplementärgüter). Vor allem wirkt aber hier die allgemeine Interdependenz der Warenpreise[32]) bestimmend.

III. Kapitel

Monopol

§ 1. Auch das *Monopol* ist eine *Marktform typischen Gleichgewichtes.* Der Monopolist ist alleiniger Nachfrager oder Anbieter eines Gutes. Wir werden hier nur das Angebotsmonopol behandeln. Der Angebotsmonopolist wird seinen maximalen Nutzen dadurch verwirklichen, daß er als optimalen Preis jenen wählt, der ihm den größten Reingewinn verspricht, jenen also, bei dem seine Gesamterlöskurve den größten Abstand von seiner Gesamtkostenkurve aufweist. Der Monopolpreis ist dann durch diejenige Ausbringung charakterisiert, bei der die Grenzkosten gleich dem Grenzerlös sind, d. h. daß bei Ausbringung einer weiteren Einheit der Erlöszuwachs geringer wäre als die Mehrkosten, bei Ausbringung einer Einheit weniger aber der Erlösentgang die Kostenersparnis übersteigen würde. Bei diesem Preise laufen die an die Gesamterlös- und Gesamtkostenkurve gelegten Tangenten parallel[1]).

Um dieses Ziel des höchstmöglichen Reingewinnes zu erreichen, kann der Monopolist eine dreifache Politik treiben:

1. Er kann den Preis variieren *(Preispolitik).*
2. Er kann die Menge der Ausbringung variieren *(Mengenpolitik).*
3. Er kann die Art oder Qualität des Gutes variieren *(Sortenvariierung).*

---

[31]) „Zuerst Preistaxen, dann Verkaufszwang, dann Rationierung, dann Vorschriften über die Einrichtung der Produktion und Verteilung, schließlich Versuche zur Übernahme der gesamten Produktion und Verteilung." (MISES, Theorie der Preistaxen, S. 130 f.); s. auch VLEUGELS, Theorie der gebundenen Preisbildung, S. 142.

[32]) Vgl. die auf COURNOT und WALRAS beruhende Darstellung bei CASSEL, Theoretische Sozialökonomie, S. 215, und die Kritik bei MAYER, in: Erkenntniswert der funktionellen Preistheorien, S. 216—239.

[1]) Vgl. hierzu JOAN ROBINSON, Imperfect Competition, S. 47—59; MUND, Monopoly, S. 128—132; STACKELBERG, Marktform, S. 14—16 und die übrigen dort angegebenen Schriftsteller, insbesondere SCHNEIDER, Reine Theorie, S. 5—28.

Preis, Ausbringungsmenge oder Sortenwahl des Gutes sind allein seinem Willen unterworfen, da die Gegenseite sich ex definitione passiv verhält. Sein Optimum erreichte der Monopolist zumeist „par tâtonnement"; heute stehen ihm die neuen statistischen Hilfsmittel der Marktforschung und Marktanalyse zur Verfügung, durch die er seine Ausbringung der Nachfrage anpaßt. Alles dieses dürfen wir als bekannt voraussetzen, ebenso die verschiedenen Wege, die der Monopolist einschlägt, je nachdem, ob er seine Ausbringung unter zunehmenden, abnehmenden oder konstanten Zuwachskosten pro Mehrausbringungseinheit vermehrt. Uns genüge die Feststellung, daß bei Durchsetzung des monopolistischen Prinzips ein stabiles Gleichgewicht verwirklicht wird.

§ 2. Wie wirkt nun eine Preistaxe auf das Verhalten des Monopolisten?[2]).

Man führe sich die bekannte graphische Darstellung vor Augen: Wird ein Höchstpreis gesetzt — d. h. eine der Mengenachse parallele Gerade gezogen — so wird der Gipfel der Nachfragekurve abgeschnitten; „die Nachfrage wird vollkommen elastisch bis zu *der* Höhe der Ausbringung, die zu diesem Preise verkauft werden kann; jenseits dieses Betrages haben Nachfrage- und Grenzerlöskurve den gleichen Verlauf wie vorher"[3]).

Das Problem der Preisfestsetzung gegenüber einem Monopolisten besteht erstens in der Niederzwingung des Monopolpreises auf ein niedrigeres Niveau und liegt zweitens darin, den Monopolisten durch die Preistaxe zur höchstmöglichen Ausbringung zu zwingen, im besten Falle zu einer Ausbringung, die nicht geringer wäre, als die unter Freier Konkurrenz ausgebrachte.

§ 3. Dieses Ziel kann vollständig nur dann durch eine Taxe erreicht werden, wenn der Monopolist *unter sinkenden oder konstanten Kosten produziert.* Ein solcher Preis, den wir mit *„Stückkostenpreis"*[4]) bezeichnen, wird durch den Schnittpunkt der Stückkosten- (oder Durchschnittskosten-) kurve mit der Nachfragekurve

---

[2]) Vgl. zum folgenden: PIGOU, Economics of Welfare, S. 359 ff.; S. 808—810. JOAN ROBINSON, Imperfect Competition, S. 159—165.

[3]) JOAN ROBINSON, Imperfect Competition, S. 159.

[4]) JOAN ROBINSON (Imperfect competition, S. 160) nennt diesen Preis fälschlich *„Konkurrenzpreis"* und die dazugehörige Ausbringung „Konkurrenzausbringung". Der Konkurrenzpreis wird gerade durch den Schnittpunkt der Nachfrage mit der Grenzkostenkurve und nicht mit der Durchschnittskostenkurve bestimmt. Der Irtumm JOAN ROBINSONs ist allerdings *nur terminologischer Natur;* sie bringt an der genannten Stelle durchaus zutreffende geometrische Beweise für das in § 3 Dargestelltte.

definiert. Die zu diesem Preise realisierte Ausbringung wird mit *„Stückkostenausbringung"* bezeichnet.

Wird dieser Stückkostenpreis festgesetzt, so würde es sich für den Monopolisten nicht lohnen, seine Ausbringung geringer als die dem Festpreis entsprechende Stückkostenausbringung zu gestalten, da dann ja seine Stückkosten steigen würden. Die Festsetzung des Stückkostenpreises sichert also die Stückkostenausbringung, d. h. die höchstmögliche. Daß die Stückkostenausbringung zum Stückkostenpreis nun für den Monopolisten auch wirklich die optimale ist, läßt sich leicht beweisen: Läge der Festpreis unter dem Stückkostenpreis, so würde der Monopolist nicht auf seine Kosten kommen und müßte die Produktion einstellen. Läge der Festpreis über dem Stückkostenpreis, so würde der Monopolist zwar seine Ausbringung steigern, aber schon einen Monopolgewinn erringen, der in dem Maße steigt, wie sich der Festpreis dem Monopolpreis nähert[5]).

§ 4. Anders ist die Lage, wenn der Monopolist *unter steigenden Kosten* seine Ausbringung vermehrt. Hier bringt der Stückkostenpreis, wie unten gezeigt werden wird, nicht den gewünschten Erfolg. Die optimale Taxe, d. h. diejenige Taxe, die die höchstmögliche Ausbringung garantiert, ist hier durch den Schnittpunkt der Grenzkostenkurve mit der Nachfragekurve bestimmt. Wir nennen diesen Preis *„Grenzkostenpreis"*. Da der Monopolist seine Ausbringung nach dem Prinzip „Grenzkosten gleich Grenzerlös" richtet, wird er auch die diesem Preise entsprechende Ausbringung verwirklichen; denn der Festpreis ist mit dem Grenzerlös identisch. Es entsteht bei der Festsetzung dieses Preises auch kein Verteilungsproblem, da der Preis ja durch einen Schnittpunkt mit der Nachfragekurve definiert ist; die Nachfrage wird deshalb ebenso die diesem Preise entsprechende Ausbringung aufnehmen, wie der Monopolist diese Menge anbieten wird. Der Grenzkostenpreis ist nicht nur ein Gleichgewichtspreis (equilibrium price), sondern auch, wie der Konkurrenzpreis, ein echter „equating price" (s. Kap. II, § 6).

---

[5]) Diese Art der Wirksamkeit von Preistaxen hat möglicherweise MISES im Sinn, wenn er (Theorie der Preistaxen, S. 135) schreibt: „Gehen aber die Preissatzungen darauf aus, nicht den Konkurrenzpreis, der sich auf dem ungehinderten Markt entwickeln würde, sondern den Monopolpreis zu unterbieten, so sind die Folgen einer Preissatzung ganz andere. Dann steht für das Eingreifen der Obrigkeit die ganze Preisspannung zwischen dem höheren Monopolpreis und dem niedrigeren Konkurrenzpreis zur Verfügung. Innerhalb dieser Spannung können Preissatzungen wirksam werden."

Würde dagegen der Stückkostenpreis (definiert durch den Schnittpunkt der Stückkosten- mit der Nachfragekurve) festgesetzt, so würde der Monopolist unter steigenden Kosten auf jeden Fall seine Ausbringung kleiner als die gewünschte Stückkostenausbringung gestalten. Er richtet ja seine Ausbringung nach dem Prinzip „Grenzkosten (die beim Stückkostenpreis, wenn die Stückkosten steigen, *nicht* mit dem Preise zusammenfallen) gleich Grenzerlös" (der auch hier mit dem Festpreis identisch ist), um so einen Monopolgewinn zu erhalten.

Die Diktierung des Stückkostenpreises bewirkt eine Steigerung der Nachfrage. Da der Stückkostenpreis aber dann, wenn der Monopolist unter steigenden Kosten produziert, kein „equating price" ist, und das Angebot geringer als die Menge wird, die die Nachfrage zu diesem Preise aufzunehmen gedenkt, muß ein Teil der Nachfrage unbefriedigt bleiben. Die Gerechtigkeit der Verteilung kann evtl. durch Rationierung der Nachfrage bewirkt werden[6]).

Wird aber dem unter steigenden Kosten produzierenden Monopolisten Stückkostenpreis *und* Stückkostenausbringung diktiert, so wird er die dritte Variable, die wir bisher — wie auch in den folgenden Betrachtungen — als konstant angenommen haben, in Bewegung setzen, also zur Sortenvariierung, gewöhnlich Verschlechterung der Warenqualität, schreiten.

Den Monopolisten etwa durch einen Festpreis, der *über* dem Monopolpreis liegt, zu subventionieren, ist unmöglich. Ein höherer Taxpreis würde sich nur dann als Subvention erweisen, wenn er für den Monopolisten einen höheren Gewinn brächte als der Monopolpreis. Der höhere Taxpreis wird aber die Nachfrage so weit zurückgehen lassen, daß der Monopolist einen Gewinnentgang gegenüber dem Gewinn zum bisherigen Monopolpreis hätte. Wäre dem nicht so, dann hätte eben der Monopolist seinen alten Monopolpreis falsch angesetzt; bei rationalem Verhalten hätte er einen höheren Preis wählen müssen.

---

[6]) „Wenn also der Konkurrenzpreis (d. h. „Stückkostenpreis"; vgl. Anm. 4. Der Verf.) einem unter steigenden Kosten produzierenden Monopolisten auferlegt wird, wird eine Ausbringung, die geringer als die Konkurrenzausbringung ist, ausgebracht werden, und es wird, da zu diesem Preis die Nachfrage das Angebot übersteigen wird, unmöglich sein, den auferlegten Preis zu halten, wenn die kontrollierende Autorität nicht ihr Heil in der Zuteilung von Rationen an die Konsumenten sucht" (JOAN ROBINSON, Imperfect Competition, S. 163).

Folgerung: Der optimale „Ort" einer dem Monopolisten aufzulegenden Preistaxe wird durch die Kostengestaltung des Monopolisten bestimmt. *Diesseits des Optimums, d. h. solange der Monopolist unter sinkenden Kosten produziert, ist die optimale Taxe der Stückkostenpreis; jenseits des Optimums, d. h., sobald der Monopolist unter steigenden Kosten produziert, ist die optimale Taxe der Grenzkostenpreis.*

§ 5. Wir haben bei der Darstellung der Preistaxe in Freier Konkurrenz bewußt darauf verzichtet, *Mängel der Preissetzungstechnik und fraudulöse Umgehungsversuche* zu schildern, da es uns in erster Linie auf Darstellung der Theorie ankam. Im übrigen standen diese Mängel der Technik und die Umgehungsversuche bei der bisherigen Literatur über Taxpreiswesen[7]) im Vordergrund. — An dieser Stelle aber wollen wir ausnahmsweise dem Beispiel PIGOUs[8]) folgen und Mißerfolgsmöglichkeiten dort aufzeigen, wo eine theoretische Wirksamkeit von Preistaxen gegeben zu sein scheint.

Wir haben bei unserer Darstellung die dritte Variable des monopolistischen Handelns, die *Sortenvariierung* zwecks Vereinfachung der Darstellung außer acht gelassen. Bei gewissen Monopolgütern mag es leicht sein, eine vorgeschriebene Mindestqualität zu definieren (Gas, Wasser, Zündhölzer, Elektrizität), aber schon schwieriger das Einhalten der Qualität zu überwachen; bei anderen Monopolgütern stößt bereits die Möglichkeit der Definition auf Schwierigkeiten (z. B. Verkehrsmittel in bezug auf Sicherheit und Bequemlichkeit). Die Hauptschwierigkeit dürfte jedoch in der Praxis die Berechnung des theoretischen Stückkosten- bzw. Grenzkostenpreises verursachen. Vor allem sind es hier die schwer definierbaren Stückkosten. Die variablen Kosten sind sicher in den Preis einzubeziehen; wie sollen aber die fixen Kosten der Produktionsmittel, wie die Mitwirkung bereits abgeschriebener Produktionsmittel dem Preise des Fertigproduktes zugeschrieben werden? Vorausgesetzt dies sei möglich: Tauchen nicht alle Schwierigkeiten der Zurechnungstheorie auf, sobald es sich um Produkte aus verbundener Produktion handelt? Es müßten dann also bei Kuppelprodukten die Preise beider Produkte fixiert werden, und zwar jeder Preis entsprechend seiner speziellen Nachfragekurve.

---

[7]) TERHALLE, Freie oder gebundene Preisbildung? LE COUTRE, Die Grundgedanken der Deutschen Preispolitik im Weltkriege. STERN, Der Höchstpreis. BONN, Price Regulation; und zahlreiche andere Autoren (vgl. Literaturverzeichnis).

[8]) PIGOU, Economics of Welfare, S. 364—380.

Die meisten Monopolgebilde, denen eine Taxe auferlegt werden soll, sind sehr undurchsichtig; die preissetzende Behörde könnte sich nun verleiten lassen, den Monopolbetrieb als einen unter Konkurrenzbedingungen erstellten aufzufassen und den Taxpreis nach den Investitionen und Anlagen, d. h. *nach den fixen Kosten richten, die ein unter Konkurrenzbedingungen errichteter und arbeitender Betrieb aufweist.* Der Monopolist jedoch, der von vornherein mit Monopolistenausbringung gerechnet hat, wird seine Anlage kleiner gestaltet haben; beruht das Monopol jedoch als Kollektivmonopol auf einem Zusammenschluß mehrerer Unternehmungen, der die übliche Stillegung einzelner Betriebe zur Folge hatte, so wird der Monopolist — in diesem Falle die Konzernleitung oder das Syndikat - - über verhältnismäßig zu große Anlagen verfügen. Berechnen wir nun den Preis, welcher den entsprechenden Konkurrenzinvestitionen entspricht, so wird dieser Preis bei einem Monopolbetrieb, der von vornherein als Monopolbetrieb geplant war, zu niedrig, bei einem Stillege-Konzern oder einem üblichen Kartell zu hoch gegriffen sein[9]). Man muß also einen „individuellen Taxpreis", der gerade auf den Kostenbedingungen des Monopolisten, dem die Taxe auferlegt werden soll, beruht, berechnen.

Der dem Monopolisten zugestandene Preis muß neben dem zur Kostendeckung nötigen Ertrage auch den *Konkurrenzprofit* enthalten. Einfach ist es — insbesondere bei Aktiengesellschaften —, den in diesem Profit enthaltenen Unternehmerlohn festzulegen. Wie ist aber die Höhe der darin enthaltenen Risikoprämie zu bestimmen? Wie steht es mit der Verzinsung des Eigenkapitals? Welcher Kapitalbegriff soll zugrunde gelegt werden? Welche Art der Bewertung der Firmenanlage soll angewandt werden? Eine Fülle von Fragen, deren Beantwortung zumindest strittig ist, die aber auch in der freien Wirtschaft, auch unter freier Konkurrenz eine verwandte Problematik aufweisen.

Schließlich tauchen noch die allgemeinen *Schwierigkeiten der Überwachung* — bei der Undurchsichtigkeit der meisten Monopolgebilde — in verstärktem Maße auf. Der Taxpreis muß sich hier den strukturellen und konjunkturellen Datenänderungen (von denen wir in dieser Arbeit grundsätzlich absehen) besonders elastisch anpassen, von der Vermeidung eines bürokratischen Reibungsverlustes ganz zu schweigen. Doppelarbeit der Wirtschaftsrechnung — einmal durch die obrigkeitliche Instanz, einmal durch

---

[9]) F. H. KNIGHT, Control of Investment versus Control of Return, zitiert bei PIGOU, Economics of Welfare, S. 366.

den Monopolisten ausgeführt — ist unvermeidlich, da der Verdacht besteht, daß bei gemeinsamer Arbeit beider Instanzen das Interesse des Monopolisten den Ausschlag geben könnte[10]).

§ 6. Es müssen also u. U. von der staatlichen Monopolregulierung andere Wege eingeschlagen werden als der geschilderte der Preisfestsetzung.

Der Schwierigkeit der Festpreisdiktierung zu entgehen, gibt es zwei Wege: Man kann den Monopolisten *wirksam besteuern*[11]), oder aber das Monopol verstaatlichen.

Was das *Staatsmonopol* betrifft, so sind wir uns dabei völlig über die Einwände im klaren, die im allgemeinen für private und gegen staatliche Bewirtschaftung sprechen. Man argumentiert gewöhnlich, daß Staatsbetriebe mit administrativen, außerökonomi-

---

[10]) Daher das grundsätzliche Verbot der Personal- und Büro-Union zwischen Kartellen und den entsprechenden Wirtschaftsgruppen in der Organisation der deutschen gewerblichen Wirtschaft.

[11]) Grundsätzlich ist bei jeder Steuer die Tendenz zur *Überwälzung* vorhanden. Von der Erbschaftssteuer (die besonders häufig defraudiert wird) abgesehen, kann man nur beim Monopol gewisse Besteuerungsmöglichkeiten feststellen, bei denen keine Überwälzung erfolgt. *Für die Besteuerung des Monopolisten gelten folgende Grundsätze:*

1. Hat der Monopolist eine festbegrenzte Steuer zu zahlen, die von der Größe seines Geldumsatzes und von der verkauften Menge unabhängig ist (Lizenz), dann ist die Steuer nicht überwälzbar; sie kann höchstens durch Qualitätsverschlechterung eingeholt werden.

2. Die gleiche Wirkung hat eine Steuer auf die fixen Kosten; auch sie ist nicht überwälzbar (in Frage kommt also eine Gewerbe-, Gebäude- oder Vermögenssteuer).

3. Auch eine prozentuale Reinertragssteuer muß vom Monopolisten getragen werden, da jeder Reinertrag um denselben Prozentsatz herabgesetzt wird. Es besteht jedoch die Möglichkeit, diese Steuer zu kapitalisieren.

4. Eine prozentuale Stücksteuer führt zur Erhöhung des Preises, denn die Steuer bedeutet einen steigenden Kostenfaktor; die Erhöhung des Preises hat einen geringeren Umsatz und dadurch ein geringeres Steueraufkommen zur Folge.

5. Eine Warenumsatzsteuer führt ebenfalls grundsätzlich zur Preiserhöhung.

Ergebnis: Alle Steuern, die den Reinertrag des Monopolisten prozentual besteuern, sowie alle Lizenzen lassen sich nicht überwälzen. Die anderen Steuern führen grundsätzlich zur Preiserhöhung und zur Steuerüberwälzung. (Nach einem Manuskript „Finanzwissenschaft" von Dr. EMIL KAUDER, das die Erkenntnisse Cournots, Edgeworths, Seligmans, Einaudis, Merings, Barones und Wicksells auf diesem Gebiet zusammenfaßt. Dieses Manuskript erscheint demnächst im Verlag Springer, Wien, im Druck.) Vgl. auch M. ST. BRAUN, Theorie der staatlichen Wirtschaftspolitik, S. 163—168.

schen Mitteln arbeiten können, um ökonomische Wirkungen zu erzielen; daß Staatsbetriebe — unter Ausschluß potenzieller Konkurrenz — oft genug es ablehnen, Risiken zu übernehmen und nicht geneigt sind, ihre Betriebe dem technischen Fortschritt und neuen Produktionsmethoden anzupassen; daß der Publikumsgeschmack bei Staatsbetrieben häufig durch Mangel an „service" nicht auf seine Kosten kommt; daß die Besetzung von leitenden Posten staatlicher Betriebe sich häufig nicht nach der ökonomischen, kaufmännischen Qualifikation der Bewerber, sondern nach politischen Gesichtspunkten richtet; und daß vor allem Staatsbetriebe häufig nicht nach den Grundsätzen der Rentabilität geführt werden.

Den eben aufgeführten Mängeln einer Staatsbewirtschaftung treten aber beim Staatsmonopol große Vorteile zur Seite. Der Hauptschaden eines Privatmonopols für die Volkswirtschaft liegt nicht in der „Ungerechtigkeit", daß eine Bevölkerungsgruppe sich auf Kosten der anderen bereichert (wir sehen hier davon ab, daß außerökonomische Gründe eine Wirtschaftspolitik bestimmen können, gerade diese Wirkung zu erstreben), sondern daß es das von der Nachfrage bezahlte Kapital nicht dorthin fließen läßt, wo es am nutzbringendsten investiert wird und so die Größe des Sozialproduktes vermehrt.

§ 7. Im allgemeinen verfolgt ein Staatsmonopol den Zweck, die Abnehmer bestmöglich zu versorgen, nicht dagegen nach privatmonopolistischen Grundsätzen einen möglichst hohen Reingewinn herauszuwirtschaften. Es arbeitet nach den Prinzipien des *Bedarfsdeckungsmonopols*[12]), das an Stelle des Monopolgewinns vergrößerte Bedarfsdeckung zusichert. Der Bedarfsdeckungsmonopolist erweitert seine Produktion so weit, daß der Gesamterlös gerade die Gesamtkosten deckt. Er will die vom Monopolisten bewußt ausgeschlossene kaufschwächere Nachfrage befriedigen und verzichtet auf Monopolgewinne. Er wird einem Preis, der von CASPER[13]), im Gegensatz zum COURNOTschen Maximalgewinnpreis *Minimalgewinnpreis* genannt wird, zustreben, und zwar einem Extrem, „wo die Differenz zwischen den steigenden Kosten (Produktionsausdehnung) und dem gesunkenen Preis (durch Nachfrageentwicklung) gerade durch den noch verbleibenden Differentialgewinn gedeckt wird"[14]). Innerhalb der Preisspanne zwischen „Gesamtkostenpreis" (Minimalgewinn-

[12]) Vgl. zum folgenden: CASPER, Zur Preistheorie des Bedarfdeckungsmonopols, und PIGOU, Economics of Stationary States, S. 235 f.

[13]) CASPER, Zur Preistheorie des Bedarfdeckungsmonopols, S. 219.

[14]) CASPER, Zur Preistheorie des Bedarfdeckungsmonopols, S. 219.

preis) und „Grenzkostenpreis" liegen die Preise des Bedarfsdeckungsmonopols.

§ 8. Ein Staatsmonopol kann allerdings *auch auf erwerbswirtschaftlichen Grundsätzen* aufgebaut sein und den COURNOTschen Monopolpreis zu erreichen suchen. Es wird dann aber die Monopolgewinne gemeinwirtschaftlichen oder staatspolitisch wertvollen Zwecken zuführen, oder sie gegen Verluste aus zusatzheischenden Staatsbetrieben aufrechnen. Ein erwerbswirtschaftlich betriebenes Staatsmonopol wirkt dann wie eine Steuer; es besteht kein Grund, weshalb der Staat nicht auf diesem Wege Steuern erheben sollte, während die Berechtigung eines Privatmannes, sich durch eine monopolistische Quasi-Steuer auf Kosten der Allgemeinheit zu bereichern, uns höchst fraglich erscheint[15]).

Die Vorzüge der Staatsbewirtschaftung eines Monopols gegenüber der Staatsregulierung eines Privatmonopols werden besonders dann offenbar, wenn es sich um „Public Utilities", um lebensnotwendige, dem Gemeinnutzen dienende Betriebe handelt.

IV. Kapitel

Bilaterales Monopol

§ 1. Ein bilaterales Monopol bildet diejenige Marktform, bei der ein Angebotsmonopolist (wir wollen ihn hier Verkäufer nennen) einem Nachfragemonopolisten (Käufer) gegenübersteht — eine gleiche Situation, wie die des „isolierten Tausches", es sei denn, man sähe als Unterschiedsmerkmale die Einmaligkeit des Tauschaktes und das Fehlen des Geldintermediates beim isolierten Tausche an. Wir vermögen aber nicht einen prinzipiellen Unterschied zwischen dem Verhalten der Parteien beim bilateralen Monopol und beim isolierten Tausch zu erkennen. Die Marktsituation ist die gleiche, und die Triebkräfte beider Parteien sind jeweils auf das gleiche Ziel, auf die Maximierung ihres persönlichen Nutzens, der sich beim bilateralen Monopol allerdings in Geld ausdrückt, gerichtet.

Methodisch lassen sich bei der Behandlung der Lehre vom bilateralen Monopol zwei Wege unterscheiden: Derjenige, bei dem die auszuhandelnde Menge eine konstante Einheit bildet, der Preis dagegen variiert, und derjenige, bei dem sowohl Preis wie Menge variabel sind.

---

[15]) BONN, Price-Regulation, S. 359.

1. Bilaterales Monopol bei konstanter Menge

§ 2. BÖHM-BAWERK und PIGOU — um die hervorragendsten Vertreter dieser Lehre zu nennen — gehen bei Behandlung des bilateralen Monopols stillschweigend von der Annahme aus, daß *die auszuhandelnde Menge eine konstante, unteilbare Einheit* bildet. Im BÖHM-BAWERKschen Beispiel[1]), das wir zunächst betrachten wollen, ist das Objekt, um das die Parteien handeln, *ein* Pferd, eine Einheit. Dieser Mengeneinheit ordnen die Parteien — Käufer und Verkäufer — bestimmte Preise zu. Es sind dabei folgende Marktsituationen möglich:

a) Der Käufer ordnet dem erwünschten Gute einen bestimmten Grenzpreis zu, der von seinen Nutzenschätzungen abhängig ist. Diesen Preis k will er höchstens bezahlen. Der Verkäufer ordnet seinem Gute eine Preisgrenze v zu, die von seinen Kosten abhängig ist. Den Preis v will er mindestens erhalten. Liegt nun der Verkäuferpreis v über dem Käuferpreis k, so wird es zu überhaupt keinem Tausch kommen. Ist dagegen der Käuferpreis k über dem Verkäuferpreis v, so kann es zum Tausche kommen, doch bleibt der Preis innerhalb des Spielraums zwischen k und v, den wir den *„intramarginalen Bereich"* nennen wollen, unbestimmt. Diese Situation erzeugt von sich aus *keinen Gleichgewichtspreis.* Die Höhe des Preises, der etwa zustande kommt, ist von den Machtverhältnissen der Parteien, insbesondere von der Einschätzung der eigenen Machtposition gegenüber der mutmaßlichen des Gegners, aber auch von politischen Momenten abhängig, nicht aber von ökonomischer Zwangsläufigkeit.

Ein gutes Bild des bilateralen Monopolproblems[2]) bietet die gegenwärtige Lage der Warenpreise im internationalen Handel. In einer Wirtschaftsverfassung, die grundsätzlich zum Freihandel neigt, gibt es wirklich für die wichtigsten Welthandelsprodukte einen Weltmarkt, auf dem sich, als getreues Spiegelbild der Stärke der Marktparteien, ein für alle Länder gültiger, lediglich durch die Transportkosten modifizierter Einheitspreis bildet. Heute ist dagegen der Weltmarkt vieler Produkte in Teilmärkte zerschlagen; der Preis eines Welthandelsproduktes bildet sich für gewisse Länder immer mehr durch direkte Verhandlung des Liefer- mit dem Abnehmerlande. *Die Außenhandelsbeziehungen vieler Staaten*

[1]) BÖHM-BAWERK, Positive Theorie des Kapitales, Bd. I, S. 269 f.

[2]) Wir bringen an dieser Stelle ein Beispiel, das den meisten Situationen der Marktform „bilaterales Monopol" angemessen zu sein scheint; über das bei den meisten Autoren angeführte Arbeitsmarkt-Beispiel verbreiten wir uns unten (§ 4). — Näheres über den *intramarginalen Bereich:* s. Kap. VI § 2 und Anmerkung 2.

wickeln sich in der Weise des bilateralen Monopols ab, wobei das Tauschmedium Geld oft durch Warenlieferungen usw. ersetzt wird. Die Folge ist offenbar: An Stelle eines einheitlichen Weltmarktpreises gibt es für das gleiche Produkt eine starke Preisstreuung. Der Preis, der zwischen dem Liefer- und Abnehmerland zustande kommt, kann nicht ökonomisch determiniert sein; er kommt vielmehr auf Grund politischer Verhandlungen und aktueller Machtverhältnisse (die freilich wiederum auf wirtschaftlichen Stärken oder Schwächen des einen oder anderen Landes beruhen), kurz auf dem Wege des Feilschens zustande; die obere und untere Grenze wird durch die komparativen Kosten der Kontrahenten bestimmt. Der so entstandene Preis ist natürlich keineswegs ein Gleichgewichtspreis.

b) Neben dem unter a dargestellten Regelfall sind *in Ausnahmefällen* folgende Situationen möglich:

Der Käufer setzt einen Preis, von dem er annimmt, daß der Verkäufer sich ihm fügen werde. Ob dieser Preis nur auf seiner eigenen Wertschätzung beruht, oder ob in ihn schon vermutete Interessen des Verkäufers einkalkuliert sind, der Käufer also mit seinem Preis dem Verkäufer „entgegenkommen" will, bleibt dabei irrelevant. Handelt der Verkäufer nun genau so, indem er einen ähnlich kalkulierten Preis setzt, so kommt es zu der unter a beschriebenen Situation mit ihren Folgen. Betrachtet sich aber der Verkäufer — aus Minderwertigkeitsgefühlen oder sonstigen Gründen — als abhängig von der Preissetzung des Käufers, so kommt es zu einem *Preisgleichgewicht,* das durch das Zusammentreffen des Unabhängigkeitsstrebens des Käufers mit dem Abhängigkeitsstreben des Verkäufers bedingt ist.

Die gleiche Situation ergibt sich, wenn der Verkäufer einen Preis setzt, von dem er annimmt, daß der Käufer ihn akzeptieren wird, und der Käufer sich zugleich als abhängig von der Preissetzung des Verkäufers betrachtet. Auch hier entsteht ein Preisgleichgewicht. — Somit erhalten wir zwei Marktsituationen des bilateralen Monopols, in denen sich ein Preisgleichgewicht ergibt. Diese Situationen sind insofern Ausnahmefälle, als sie voraussetzen, daß einer der beiden Tauschenden nicht nach dem Maximalgewinnprinzip handelt, sondern sich von vornherein in eine Abhängigkeitsposition begibt. Der Normalfall wird derjenige sein, bei dem beide Tauschpartner die Unabhängigkeitsposition erlangen wollen, so daß ein Preisgleichgewicht nicht gegeben ist.

§ 3. Unseren theoretischen Voraussetzungen entsprechend, werden beide Marktparteien nach dem Maximalgewinnprinzip handeln;

darauf beruht ja das kapitalistische Wirtschaftssystem. Deshalb besteht auch der Einwand[3]) zu Recht, der gegen die SCHUMPETERsche Darstellung[4]) geltend gemacht wurde, die behauptete, daß bei einem *„prix crié par hazard"* dann ein Gleichgewicht entstünde, wenn dieser so beschaffen wäre, daß ihm von beiden Seiten die gleiche Menge zugeordnet würde. A priori gibt es im kapitalistischen Wirtschaftssystem keine Instanz, die einen solchen Preis ausrufen würde.

Dieser Einwand gilt, solange wir es mit einem rein kapitalistischen Wirtschaftssystem zu tun haben. Wird aber diese Voraussetzung fallen gelassen, dann besteht SCHUMPETERs Erkenntnis vollkommen zu Recht. Wir wollen den prix crié par hazard jetzt „Preistaxe" nennen, und nun erkennen wir klar, *wie der wirksame obrigkeitliche Festpreis* in der Marktform des bilateralen Monopols, bei der die Menge als konstante Einheit gedacht ist, *beschaffen sein soll:* Die Preistaxe muß zunächst *innerhalb des intramarginalen Bereiches* liegen. Liegt sie innerhalb dieses Bereiches, so ist sie in allen denjenigen Fällen wirksam, wo die Macht der öffentlichen Gewalt größer ist als die Macht derjenigen Tauschpartei, die etwa innerhalb des Bereiches in einem Machtkampf den Preis zu ihren Gunsten verschoben hätte, oder aber, wenn der staatliche Einfluß so groß ist, daß der von ihm diktierte Preis „für jeden Marktbeteiligten als eine gegebene, von seinem individuellen Verhalten unabhängige Größe"[5]) erscheint. Die Machtverhältnisse werden aber irrelevant, wenn die Taxe innerhalb des Bereichs so getroffen würde, daß bei diesem Preise beispielsweise „die Arbeitgeber gerade soviel Arbeit haben, wie die Arbeiter liefern wollen"[6]), daß also, eine konstante Mengeneinheit vorausgesetzt, beide dieser Mengeneinheit den von der öffentlichen Gewalt festgesetzten Preis zuordnen würden. Fällt die Taxe aus dem intramarginalen Bereich heraus, so ist sie unwirksam; liegt sie unter der Untergrenze, so wird der Verkäufer keinen Tauschakt abschließen; liegt sie über der Obergrenze, so tritt der Käufer vom Tausche zurück.

---

[3]) STACKELBERG, Marktform, S. 93.

[4]) SCHUMPETER, Instability of Capitalism; SCHUMPETER, Zur Einführung der folgenden Arbeit Knut Wicksells.

[5]) STACKELBERG, Marktform, S. 105.

[6]) SCHUMPETER, Zur Einführung der folgenden Arbeit Knut Wicksells, S. 251. — Über die Zulässigkeit des Arbeitsmarkt-Beispieles: S. §§ 4 u. 8. Wir meinen hier den gleichen Fall, den STACKELBERG (Marktform, S. 105) erwähnt: Den des Zusammenfallens von „Normalpreis" und „konventionellem Preis".

§ 4. Die Theorie des bilateralen Monopols mit konstanter Menge ist von PIGOU[7]) verfeinert worden. Hier wird die eine Marktseite durch eine Arbeitgeberorganisation — wir wollen sie „Kartell" nennen — die andere Seite durch eine Arbeitnehmerorganisation — wir wollen sie „Trade Union" nennen — vertreten. Der Preis, um den es geht, ist der Arbeitslohn, die konstante Menge ist die Zahl der Union-Mitglieder[8]).

Zwischen den Preisgrenzen besteht ein Bereich, der von PIGOU *„range of indeterminateness"* genannt wird. Jede der handelnden Parteien wägt nun die eventuellen Kampfkosten gegen den Nutzen eines Sieges ab. Es ergeben sich neue Ausgangspunkte der Preissetzung, die sogenannten „sticking points". Nun sind verschiedene Situationen möglich, je nachdem, ob beide sticking points innerhalb oder beide außerhalb des range of indeterminateness liegen, oder ob ein sticking point innerhalb und der andere außerhalb des genannten Bereiches liegt. Liegen beide sticking points innerhalb des range of indeterminateness, so wird die Unbestimmtheit verringert, der range of indeterminateness schrumpft auf einen *„range of practical bargaining"* zusammen. Innerhalb dieses Bereiches muß nun der Preis liegen, sein Ort ist aber nicht determiniert. Es ergeben sich nun alle in den §§ 2 und 3 erwähnten Möglichkeiten und deren unvermeidliche Folgerungen. Treffen beispielsweise die sticking points auf einem Punkt innerhalb des Bereiches zusammen, so ist ein Gleichgewicht — par hazard oder sonstwie — hergestellt. Das oben Gesagte gilt auch von der Wirksamkeit einer Preistaxe — im PIGOUschen Beispiel also eines Tariflohnes. Die PIGOUsche Lehre scheint uns vor allem eine genauere Definition des intramarginalen Bereiches zu bringen.

2. Bilaterales Monopol bei variablen Mengen und Preisen[9])

§ 5. Die Fälle, in denen die Menge, die im bilateralen Monopol gehandelt wird, eine konstante Einheit ist, sind beschränkt. Es sind

---

[7]) PIGOU, Economics of Welfare, S. 451 ff.

[8]) Uns erscheint schon der Arbeitsmarkt in der PIGOUschen Auffassung als Beispiel unzulässig zu sein; PIGOU aber hält seine Theorie auch für andere Bereiche des menschlichen Lebens für anwendbar, z. B. für das Verhältnis zweier Völker, wobei es um ein gemeinsames Streitobjekt geht und Krieg und Frieden auf dem Spiele stehen. Diese Analogie führt u. E. zu weit; der Ökonomisierung politischer Tatbestände sind ebensolche Grenzen gesetzt wie der Politisierung ökonomischer Tatbestände.

[9]) Vgl. zum Folgenden: STACKELBERG, Marktform, S. 24—26, und die dort angeführte Literatur, insbesondere EDGEWORTH, Mathematical Psychics, S. 16 ff.

Fälle häufiger, in denen die Menge variabel zu denken ist; möglich sind auch Fälle, bei denen als dritte Variable noch die Sortenvariierung — Veränderung der Art oder Qualität des Gutes — auftaucht. Diese letztgenannte Möglichkeit, bei der wir mit drei Variablen rechnen müssen, scheint uns aber nur selten vorzukommen. Viel eher ist schon der Fall denkbar, wo zwar eine konstante Mengeneinheit (wie unter 1) gegeben ist, der Verkäufer aber durch Sortenvariierung ausweicht, so daß auch hier zwei Variable — Preis und Sorte — vorhanden sind. Es scheint also das *Vorherrschen zweier Variablen* die Regel zu bilden. Wir wollen in unserer Betrachtung diese beiden Variablen „Preis" und „Menge", nennen, wobei wir uns im klaren sind, daß die Sortenvariierung theoretisch ganz analog der Mengenvariierung zu behandeln ist.

§ 6. Werden Preis und Menge als variabel angenommen, sind theoretisch vier Marktsituationen — und zwar *Grenzfälle* — möglich, in denen ein Gleichgewicht zustande kommen kann: zwei Ausbeutungssituationen (a und b) und zwei Monopolsituationen (c und d). Diese Situationen bilden die Sonderfälle; die Regelfälle (e) weisen kein Gleichgewicht auf.

a) Der Verkäufer setzt die von ihm abzusetzende Menge fest und den ihm genehmen Preis — wobei es irrelevant ist, ob in diesen Preis etwa schon irgendwelche Widerstände des Käufers einkalkuliert sind, d. h. ob der Verkäufer mit seinem Preis den mutmaßlichen Schätzungen des Käufers entgegenkommt. Der Käufer hat nur die Wahl, entweder dem Tausch ganz fern zu bleiben, oder zu dem vom Verkäufer diktierten Preis die von ihm diktierte Menge abzunehmen. Er wird zu den ihm auferzwungenen Bedingungen tauschen, wenn er seine Lage um eine Wenigkeit besser gestellt sieht, als etwa ohne den Tausch. Wir nennen die Situation, die ein echtes Gleichgewicht darstellt, *„Ausbeutung des Käufers durch den Verkäufer"*. Eine solche Situation ist ebenso selten wie die folgende, da in beiden die Machtverhältnisse ganz ungewöhnlich verteilt sein müssen.

b) Der Käufer setzt in analoger Weise Preis und abzunehmende Menge fest. Der Verkäufer wird entweder tauschen, wenn sein Tauschgewinn seine Kosten um ein weniges übersteigt, oder dem Tausch ganz fernbleiben. Auch diese Situation bildet ein Gleichgewicht; wir nennen sie *„Ausbeutung des Verkäufers durch den Käufer"*.

Die diktierten Preismengenverhältnisse in dieser und der unter a genannten Situation entsprechen — das muß nochmals betont werden — lediglich den optimalen Preis-Mengenverhältnissen der

diktierenden Partei, wobei ein in diese Verhältnisse einkalkuliertes „Entgegenkommen" der Optimalsituation entspricht.

c) Der Käufer ist — oder betrachtet sich — als preisabhängig vom Verkäufer. Er ist bereit, zu jedem ihm genannten Preis dem Verkäufer eine diesem Preise von ihm zugerechnete Menge abzunehmen. Der Verkäufer diktiert den für ihn optimalen Preis und läßt den Käufer die Menge, die er zu diesem Preise abzunehmen gedenkt, bestimmen. Es kommt ein Gleichgewicht zustande. Wir nennen diese Situation *„Preismonopol des Verkäufers"*.

d) Analog gibt es ein *„Preismonopol des Käufers"*, bei dem der Käufer seinen Optimalpreis diktiert und der Verkäufer diesem Preis die ihm genehme Menge zuordnet.

Die eben aufgezählten Situationen sind geometrisch durch vier Punkte definiert, durch:

1. Den Monopolpunkt des Verkäufers (Preismonopol des Verkäufers).
2. Den Monopolpunkt des Käufers (Preismonopol des Käufers).
3. Den Ausbeutungspunkt des Verkäufers.
4. Den Ausbeutungspunkt des Käufers.

Den Bereich zwischen den vier Punkten nennen wir nach EDGEWORTH den *„bargaining locus"*.

e) Die vier geschilderten Situationen stellen Grenzfälle dar. Die Grenzen sind durch die vier genannten Punkte abgesteckt. Diese Grenzsituationen sind aber selten. *Im allgemeinen wird jeder der Tauschenden danach streben, preisunabhängig oder gar preis- und mengenunabhängig zu sein.* Der Preis- oder Mengenkampf ist in diesem Falle, wo jeder sich als unabhängig betrachtet, unvermeidlich. Das Preismengenverhältnis, oder, falls eines von beiden feststeht, Preis oder Menge, ist damit indeterminiert. Es kann nur gesagt werden, daß der Preis dem bargaining locus zugeordnet werden kann. Es besteht kein Preisgleichgewicht.

§ 7. Die *wirksamen Preistaxen* müssen so beschaffen sein, daß sich, wenn die Monopolisten sie als gegeben hinnehmen, ein Preismengenverhältnis ergibt, das dem bargaining locus zugeordnet werden kann. Ein Gleichgewicht kommt dann sicher zustande. Die Bestimmung des Preismengenverhältnisses richtet sich nach den Zwecken, die die Obrigkeit mit der Taxe erreichen will[10]). Am Beispiel des Arbeitsmarktes soll dies näher erläutert werden.

[10]) Vgl. hierzu: STACKELBERG, Marktform, S. 105.

3. Ein bilateral organisierter Arbeitsmarkt als Beispiel

§ 8. Das Beispiel des *Arbeitsmarktes,* das durch PIGOU besonders ausgearbeitet wurde[11]), setzt voraus, daß die Arbeitgeber durch *eine* Organisation *(„Kartell")* und die Arbeitnehmer ebenfalls durch *eine* Organisation *(„Trade Union")* repräsentiert werden[12]). PIGOUs Beispiel ist unbedingt treffend, wenn man vom Problem der Arbeitslosigkeit absieht. Eine moderne Fassung des Arbeitsmarktbeispiels müßte heute etwa lauten: Wie muß der Lohn beschaffen sein, um eine Höchstzahl von Arbeitern in Arbeit zu setzen? Wir nehmen die Arbeitszeit mit PIGOU als eine Konstante an, erhalten aber auch hier wieder zwei Variable, die diesmal durch die Zahl der Arbeiter (Menge) und die Lohnhöhe (Preis) ausgedrückt werden. Wir nehmen ferner an, daß — theoretisch — im Verhältnis des Kartells zur Trade Union sämtliche in § 6 a—e aufgezählten Marktsituationen des bilateralen Monopols möglich sind.

Wir werden diese Situationen im Sinne des Arbeitsmarktes interpretieren und die sozialpolitisch optimale auswählen; daraufhin werden wir die Möglichkeiten, die sich so einem staatlichen Lohneingriff bieten, darstellen.

a) Angenommen, die *Trade Union* setze sich zum Ziel, ihre sämtlichen Mitglieder in Arbeit zu bringen, und zwar zu einem nur ihr genehmen Lohn. Das Kartell kann sich nun entscheiden: Entweder auf die Arbeitskräfte zu verzichten (auszusperren) und die Produktion einzustellen, oder die ihm aufoktroyierten Bedingungen anzunehmen. Es wird sich für die letztgenannte Möglichkeit entscheiden, wenn der voraussichtliche Gewinn aus der mit der Produktion verbundenen Ausbringung höher ist als die Kosten zuzüglich der durch das Verhalten der Trade Union verursachten Mehrkosten.

b) Nun nehmen wir in unserem Beispiel an, das *Kartell* diktiere der Union die Anzahl ihrer Mitglieder, die es in Arbeit zu nehmen gedenkt, und zugleich den ihm, dem Kartell, genehmen Lohn; ein Verhalten, das ihm etwa auf dem Wege zu Rationalisierungsmaßnahmen als das gegebene erscheint. Die Trade Union

---

[11]) PIGOU, Economics of Welfare, S. 451—461.

[12]) Eine Arbeitsmarktform also, wie sie annähernd im italienischen Korporationssystem verwirklicht ist. Hier setzt sich jede Korporation aus einem Unternehmer- und einem Arbeitersyndikat zusammen. — Wir sagen „annähernd", da die Arbeiterorganisationen zwar repräsentativ den Lohn aushandeln, aber nicht alle Angehörigen des betreffenden Wirtschaftszweiges auch Mitglieder dieser Organisation sind.

hat nur die Wahl, entweder zu streiken, oder sich dem Gebot zu fügen. Sie wird sich für die erstgenannte Haltung entscheiden, wenn ihr ein Streik immer noch lohnender erscheint, als vielleicht nur einen Bruchteil ihrer Mitglieder zu einem Lohn, der das Existenzminimum[13]) gar nicht deckt oder es nur um eine Weniges übersteigt, in Arbeit zu sehen.

Über die Realität dieser beiden Fälle (a und b) braucht kein Wort verloren zu werden; denn eine so ungleiche Machtverteilung wird sich schwerlich in der Wirklichkeit nachweisen lassen.

c) Das Kartell ist — oder betrachtet sich — als gebunden an die Lohnforderung der *Trade Union;* das kann beispielsweise dadurch bewirkt werden, daß eine Trade-Union-freundliche Regierung den der Trade Union genehmen Lohn zum Tarif macht. Freilich rechnet das Kartell dem ihm diktierten Lohn nur eine bestimmte Menge von Arbeitern zu, die es zu diesem Lohne einzustellen gedenkt. Durch Rationalisierungsmaßnahmen ist es etwa imstande, eine durch Lohnsteigerung bedingte Minderzahl von Arbeitern zu ersetzen. Diktiert nun die Trade Union die Lohnhöhe — oder läßt sie sie von Regierungsseite festsetzen — so kommt ein Lohngleichgewicht zustande. Die Trade Union verfügt hier über ein Lohnmonopol, muß sich aber im klaren sein, daß bei dessen Durchsetzung eine Anzahl ihrer Mitglieder arbeitslos bleiben wird, daß ihr Monopol u. U. zu einer bisher nicht vorhandenen Arbeitslosigkeit führen wird.

(Wir sind bisher davon ausgegangen, daß sämtliche Angehörige des betreffenden Berufszweiges auch Mitglieder der Trade Union sind; sehen wir von dieser Annahme ab, so gestehen wir damit der Trade Union die Möglichkeit zu, die Anzahl der aufzunehmenden Mitglieder zu beschränken, und zwar in dem Maße, daß keines ihrer privilegierten Mitglieder bei der geforderten Lohnhöhe außer Arbeit steht. Es ist dies eine Politik, die besonders von den nordamerikanischen Gewerkschaften verfolgt wird.)

d) Es bleibt noch der Fall zu erwähnen, in dem sich das *Kartell* einer Monopolstellung erfreut: Der Fall nämlich, in dem das Kartell die Lohnhöhe festsetzt und die Trade Union diesem Lohn die Anzahl der unterzubringenden Arbeiter zuordnet.

e) Endlich müssen die Fälle genannt werden, in denen *beide* Parteien den Lohn oder die Anzahl der einzustellenden Arbeiter

---

[13]) Der Ausdruck „Existenzminimum" wird hier gebraucht im Sinne von PIGOUs „minimum standard of real income" (Economics of Welfare, S. 759 f.).

oder gar beides zu bestimmen trachtet — Fälle, deren Lösung allein dem Ergebnis des auszutragenden Machtkampfes entspricht.

§ 9. Wir sagten oben (§ 7), daß *der Ort, in dem eine Taxe* (ihre Wirksamkeit vorausgesetzt) *liegen soll*, durch die Zwecke bestimmt werde, die die Obrigkeit mit der Taxe zu erreichen gedenkt, und wir betonten, daß das Problem der *Arbeitslosigkeit* heute im Vordergrund stehe. Der Staat wird also unter Umständen eine solche Taxe, d. h., ein solches Lohn-Mengenverhältnis als optimal ansehen, zu dem es praktisch keine Arbeitslosigkeit gibt.

In einem Falle unseres Schemas kann theoretisch mit Bestimmtheit die Unterbringung *aller* Arbeiter behauptet werden: *Im Falle a.* Im Falle a werden Arbeitermenge und Lohnhöhe durch das Verhalten der Trade Union diktiert. Der Trade Union stehen bei der Lohnfestsetzung alle Lohnstufen zwischen dem Existenzminimum und dem Maximallohn zur Verfügung. Wir modifizieren diesen Fall im folgenden nur insofern, als wir an Stelle der die Lohnhöhe und die Arbeiteranzahl diktierenden Trade Union die *Staatsautorität* treten lassen.

Eine solche Taxenfestsetzung scheint wirksam zu sein. Es besteht zudem die Möglichkeit, daß der Staat dem Kartell nicht eine Einheits-Lohntaxe auferlegt, sondern den einzelnen Unternehmern des Kartells differenzierte Taxen zuschreibt, deren individuelle Höhe von der Anzahl der Arbeiter abhängt, die die einzelne Unternehmung einstellt.

§ 10. Wir gingen bisher von der Voraussetzung aus, daß es tatsächlich möglich sein müsse, sämtliche Mitglieder der Trade Union unterzubringen, und zwar zu einem Lohn, der mindestens das Existenzminimum deckt. Es ist aber durchaus möglich, daß *die Anzahl der Mitglieder* der Trade Union *zu groß* ist, um vom entsprechenden Kartell getragen zu werden, oder, präzise ausgedrückt, daß die Grenzproduktivität der Arbeiter ihr Existenzminimum unterschreitet. Unter den Voraussetzungen der „Freien Konkurrenz" würde in diesem Falle eine Abwanderung der Arbeiter in einen anderen Berufszweig eintreten, also, um bei unserem Beispiel zu bleiben, ein Übergang aus einer Trade Union in eine andere. Die Erfahrung zeigt aber, daß die einzelnen Berufe als „non competing groups" wirken, daß also an sich eine Abwanderung von einer Trade Union in eine andere nur ausnahmsweise vorkommen kann. Auf dieser Tatsache beruht die strukturelle Arbeitslosigkeit einzelner Berufszweige. Es erwächst hier dem Staate eine wichtige Aufgabe der Umschulung von Arbeitskräften, um zu verhindern, daß in einem Berufszweig die Grenzproduktivität unter das Existenzminimum sinkt.

V. Kapitel

Oligopol - Dyopol

§ 1. Die Marktform, deren Betrachtung wir uns hier zur Aufgabe gestellt haben, hat mit der des Monopols gemeinsam, daß die aktive Tauschseite sich einer vollkommen passiven Tauschseite, die einer Marktpartei der Freien Konkurrenz gleicht, gegenüber sieht. Vom Monopol unterscheidet sie die Tatsache, daß an Stelle des einen aktiven Tauschpartners mehrere, jedenfalls mehr als einer, getreten sind. Von der Freien Konkurrenz ist das Oligopol dadurch unterschieden, daß die Zahl dieser aktiven Tauschpartner dennoch nicht ausreicht, um den Einfluß des Einzelnen auf den Preis vernachlässigen zu können, und daß die individuelle Nachfragekurve nicht mehr vollkommen elastisch ist, deshalb nicht mehr parallel zur Mengenachse verläuft, sondern mehr oder minder geneigt ist. Im *Angebotsoligopol* steht also eine aus mindestens zwei bestehende Zahl von aktiven Anbietern einer passiven Nachfrage gegenüber, im *Nachfrageoligopol* mindestens zwei aktive Nachfrager einem passiven Angebot.

Die Marktform, in der die aktive Tauschseite aus nur zwei Personen besteht, wird als *Dyopol* bezeichnet. Diese Marktform gilt der Theorie als charakteristisch für alle übrigen oligopolistischen Marktformen. Sie wird als Grundlage einer vereinfachenden Darstellung angewandt, aus der sich die Theorie der übrigen, mit wachsender Anzahl der aktiven Tauschpartner komplizierter werdenden Oligopole herleiten läßt[1]).

§ 2. Von den beiden dyopolistischen Marktformen — Angebots- und Nachfragedyopol — stellen wir hier das Angebotsdyopol als Beispiel dar. Die beiden Anbieter heißen: Anbieter I und Anbieter II. Jeder rechnet jedem Preise eine bestimmte Ausbringung zu, und umgekehrt.

Wir können nun folgende vier *Marktsituationen des Angebotsdyopols* unterscheiden:

a) Anbieter I betrachtet sich als unabhängig. Er verwirklicht sein Unabhängigkeitsangebot. Anbieter II denkt genau so und verwirklicht ebenfalls sein Unabhängigkeitsangebot. Es ergibt sich das von STACKELBERG so bezeichnete *„BOWLEYsche Dyopol"*.

[1]) Da die Theorie des Oligopols, insbesondere des Dyopols, in deutscher Sprache durch STACKELBERGs Werk (Marktform) u. E. bereits erschöpfend behandelt worden ist, glauben wir, uns bei der Darstellung dieser Marktform besonders knapp halten zu dürfen. Unsere Terminologie wurde von STACKELBERG übernommen.

b) Anbieter I strebt zur Abhängigkeit, ebenso Anbieter II. Beide suchen die Mitläuferposition und verwirklichen ihre Abhängigkeitsangebote. Es entsteht das *„COURNOTsche Dyopol"*.

c) Anbieter I erstrebt die Unabhängigkeit und verwirklicht sein Unabhängigkeitsangebot. Anbieter II will Mitläufer sein und verwirklicht sein Abhängigkeitsangebot. Es kommt das *„Asymmetrische Dyopol I"* zustande; Anbieter I hat die Marktherrschaft.

d) Anbieter I sucht die Mitläuferposition und verwirklicht sein Abhängigkeitsangebot. Anbieter II verhält sich unabhängig und verwirklicht sein Unabhängigkeitsangebot. Es kommt das *„Asymmetrische Dyopol II"* zustande; Anbieter II hat die Marktherrschaft.

§ 3. Diese Dyopolsituationen treten, sofern sich die Anbieter nach dem Prinzip des Maximalgewinnes verhalten, in einer bestimmten *Rangordnung* auf[2]). Den *Regelfall* bildet das *BOWLEYsche Dyopol*, das eine Kampfsituation darstellt, ein ständiges Ungleichgewicht, das schließlich zu Verlusten beider Anbieter führt[3]). Diese Situation bezeichnet die amerikanische Geschäftssprache mit „cut-throat-competition"; es ist auch der Ausdruck *„ruinöse Konkurrenz"*, den wir in unseren weiteren Ausführungen beibehalten werden, gebräuchlich.

Den *Sonderfall* des Dyopols bildet das *COURNOTsche Dyopol*. Auch hier kommt kein Gleichgewicht zustande.

Den *Ausnahmefall* der Theorie bilden die *Asymmetrischen Dyopole*. Sie bilden sich, wenn die Größe der Investitionen beider Anbieter sehr verschieden ist und es sich für beide lohnt, gerade so zu handeln, wie der andere es von ihm erwartet. Der zustandekommende Preis ist ein Gleichgewichtspreis.

Jede der genannten Dyopolsituationen ist so labil, daß sie ohne weiteres in eine andere übergehen kann. Verzichtet beispielsweise im Bowleyschen oder Cournotschen Dyopol Anbieter I auf die günstigste Position, so tut er das, was Anbieter II von ihm erwartet. Es entsteht ein Asymmetrisches Dyopol mit zeitweiligem Gleichgewicht; zeitweilig, weil ja jeder der Anbieter jederzeit einen Vorstoß im Sinne des Bowleyschen oder Cournotschen Dyopols unternehmen kann, worauf andere Dyopolsituationen sich ergeben[4]).

---

[2]) STACKELBERG, Marktform, S. 44 ff.

[3]) Vgl. das Zahlenbeispiel STACKELBERGs (Marktform, S. 62 ff.).

[4]) Die *Erweiterung der Theorie auf das Oligopol* denkt sich STACKELBERG (Marktform, S. 22) wie folgt: Als BOWLEYsches Oligopol bezeichnet er diejenige Marktsituation, in der alle Anbieter die Position des „letzten" marktbeherrschenden Anbieters erstreben und ein solches Angebot

§ 4. In praxi tritt deshalb häufig der Fall ein, daß aus einer BOWLEYschen Situation heraus beide Anbieter zur Erkenntnis kommen, daß *eine Einigung* sich rentiere, da die ruinöse Konkurrenz beide zugrunde richtet. So werden beide eine Einigung versuchen und bilden ein *Kartell*[5]). Jetzt handeln beide wie *ein* Monopolist. Sie werden also — wie oben (Kap. III, § 1) geschildert — *das* Preismengenverhältnis ihrer gemeinsamen Ausbringung ansetzen, das ihnen den höchsten Gewinn verspricht. Die Voraussetzung eines solchen Verhaltens ist aber, daß die Größenordnung der beiden Unternehmen sich in einem verhältnismäßig statischen Zustand befindet. Denn wenn beide erst einmal das optimale Preismengenverhältnis angesetzt haben, werden sie im Innenverhältnis Quoten für die Produktionsmengen ansetzen. Produzieren sie nun unter sinkenden Zuwachskosten, so wird jeder der beiden ein Interesse an der Erweiterung seiner Quote haben. Beschränkt sich die Kartellabmachung lediglich auf Preisfestsetzung, so wird das latente Erweiterungsstreben offenbar, und innerhalb des Kartells bricht aufs neue ein Kampf um die Absatzmenge aus. Die dyopolistische Auseinandersetzung wirkt sich in verstärktem Quotenkampf aus. — Handelt es sich dagegen um ein Quotenkartell mit Preisbindung, so wird derjenige Produzent, dessen Betriebsgestaltung zuerst, oder am stärksten ausgeprägt, sich im Stadium sinkender Zuwachskosten befindet, auf ein Auseinanderfallen des Kartells hinarbeiten. Das als Kartellmonopol verkappte Dyopol ist also dann durchaus labil, wenn die Produzenten unter sinkenden Zuwachskosten produzieren und die Größenordnungen bzw. die Betriebsanordnungen der Unternehmen wesentlich voneinander abweichen. Die Labilität der Situation wird durch das Auftauchen von Außenseitern oder von nahe verwandten Substitutionsprodukten verstärkt. Substitutionsprodukten gegenüber befindet sich sogar ein selbst im Gleichgewicht stehendes Kartell stets in Dyopollage.

Diese Betrachtungsweise läßt sich leicht auf das wirkliche Verhalten der Kartelle auf den Märkten anwenden; erhalten doch

---

verwirklichen, das dieser Position entspricht. Im COURNOTschen Oligopol strebt jeder der Position des extrem abhängigen Anbieters zu. Neben diesen Situationen — von denen das BOWLEYsche Oligopol die Regel bildet — gibt es eine Fülle von „gemischten Oligopolen". Ein gemischtes Oligopol ergibt sich immer dann, wenn mindestens zwei Oligopolisten verschiedene Positionen erstreben.

[5]) Von der Kartell-Literatur sollen hier nur folgende Werke genannt werden: WOLFERS, Das Kartellproblem; LEHNICH, Kartelle und Staat; PRIBRAM, Cartel Problems.

sowohl Quotenkämpfe[6]) innerhalb eines Kartells, wie Außenseiterkämpfe (insbesondere das Mittel der Niederkonkurrierung) ihre theoretische Ausdeutung.

§ 5. Wie wirkt nun ein *Festpreis* in Dyopolsituationen? Nehmen wir zunächst den Regelfall des gleichgewichtslosen Dyopols als gegeben an, ohne daß es bisher zu einem Kartell gekommen ist. Ein Festpreis versetzt die Dyopolisten in eine der Freien Konkurrenz verwandte Marktform: Sie müssen den Preis als gegeben ansehen und sich preispolitisch passiv verhalten. Es treten also in analoger Weise zunächst alle die Wirkungen auf, die wir oben, bei der Schilderung der Wirkung einer Preistaxe unter Freier Konkurrenz darstellten (wobei ein theoretischer Stückkosten- oder Grenzkostenpreis im Sinne von Kap. III, § 3 bzw. § 4 für beide Dyopolisten zu konstruieren wäre). Besteht dagegen eine monopolverwandte Dyopolsituation, d. h. ein Asymmetrisches Dyopol, oder ein *Kartell*, so sind die Wirkungen anders. Dann wirkt nämlich diese Taxe anfangs wie ein Festpreis auf den Monopolisten (s. Kap. III, §§ 2—4).

Nehmen wir nun an, daß die Betriebsgrößen und -anordnungen der Dyopolisten wesentlich unterschieden sind. *Unterschreitet nun die Taxe das Minimum der Durchschnittskosten* zunächst des einen Unternehmers, so wird dieser ausfallen. Das Ergebnis entspricht also der Schlußsituation eines Dyopolkampfes, in dem der „Stärkere" gewonnen hat. Der Überlebende ist nun ein mit Taxe belasteter Monopolist.

Unterschreitet die Taxe nicht das Durchschnittskostenminimum eines der beiden Dyopolisten, sondern liegt *oberhalb der Minima beider*, dann müssen wir unterscheiden, ob die Dyopolisten unter sinkenden oder steigenden Durchschnittskosten produzieren.

a) Produzieren beide Dyopolisten *unter sinkenden Kosten*, dann wird das Interesse jedes Dyopolisten darauf gerichtet sein, seine Ausbringung zu erweitern. Es kann der bekannte Quotenkampf einsetzen, wobei der Festpreis *wie ein statischer Kartellpreis wirkt*. Es entsteht u. U. ein aus der Dyopollage geborener Kampf, der aber, da den Dyopolisten das Mittel des Preiskampfes genommen ist, ein reiner Verhandlungskampf über Absatzmengen ist.

Das Verhalten der Dyopolisten bewirkt ein um so schnelleres Zusammenbrechen des Kartells, je mehr sich die Größen- und Betriebsanordnungen der Unternehmungen unterscheiden. Die Taxe allein kann also unter der Bedingung, daß zwei Unternehmer vorhanden sein sollen, nicht gleichgewichtsbildend wirken, und

[6]) Über das Quotenkartell s. unten, § 7.

nicht, wie im Falle des unter sinkenden Kosten produzierenden Monopolisten (Kapitel III, § 3) wirksam sein, da ja durch das Ausfallen des einen Kartellmitgliedes einer als Monopolist überlebt und nun völlig andere Ausbringungsbedingungen (und damit Voraussetzungen für die Wirksamkeit einer Taxe) gegeben sind.

b) Produzieren nun die Dyopolisten *unter steigenden Kosten* und setzen wir den Stückkostenpreis (Kapitel III, § 3) fest, dann treten alle diejenigen Folgen auf, die wir als Wirkungen einer Taxe bei einem unter steigenden Kosten produzierenden Monopolisten (Kapitel III, § 4) beschrieben haben. Hier wird nämlich der Zweck der Taxe, die Dyopolisten unter Konkurrenzpreis zur Konkurrenzausbringung zu zwingen, verfehlt.

§ 6. Es ist jedoch möglich, durch Diktierung des *Grenzkostenpreises* (Kapitel III. § 4) zu einer befriedigenderen Lösung zu gelangen. Der Grenzkostenpreis wäre beim Dyopol als derjenige Preis bestimmt, zu dem, falls beide Dyopolisten ihn als gegeben hinnähmen und ihre Ausbringung so einrichteten, daß ihre Grenzkosten dem Taxpreis glichen, insgesamt gerade so viel ausgebracht würde, wie die Nachfrage zu diesem Preise abzunehmen gewillt ist. Es wird sich kein Dyopolist dazu verleiten lassen, seine Ausbringung anders als die erwünschte zu gestalten, da er nach dem Prinzip: Grenzkosten gleich Grenzerlös arbeitet und der Grenzerlös stets mit dem Festpreis (der in diesem Falle von der Nachfrage getragen wird) zusammenfällt. Andererseits absorbiert die Nachfrage die gesamte Ausbringung.

Die Grenzkostenpreis-Betrachtung läßt sich auch nach anderen Richtungen fortführen: Was geschieht, wenn der *Festpreis unter oder über dem Grenzkostenpreis* liegt? Liegt der Festpreis über dem Grenzkostenpreis, so wird die Gesamtausbringung erweitert werden bis zur Gleichung: Grenzkosten gleich Grenzerlös, d. h. gleich Festpreis. Der Überschuß der Produktionsausdehnung wird von der Nachfrage nicht aufgenommen werden. Den beiden Dyopolisten müssen also Ausbringungsquoten zuerteilt werden. — Liegt die Taxe unter dem Grenzkostenpreis, dann wird entsprechend weniger produziert werden. Die Nachfrage wird zu diesem Preise mehr kaufen wollen als ausgebracht wird. Es müssen den einzelnen Konsumenten Rationen zuerteilt werden.

§ 7. Wir haben bisher solche Fälle betrachtet, in denen Festpreise einem Dyopol diktiert werden, und es dem Dyopolisten überlassen bleibt, die Menge der Ausbringung zu regeln. Die Praxis zeigt den Fall, daß Festpreise auch einem Kartell auferlegt werden, das seiner Struktur nach ein „*Quotenkartell*“ ist, ein

Kartell also, das seinen Mitgliedern auf Grund eigener Übereinkunft bestimmte Ausbringungsquoten zuerteilt, häufig mit der Modifikation, daß eine Überschreitung der Quote zur Zahlung sogenannter Kartellstrafen verpflichtet, eine Nichterfüllung der Quote dagegen dem betreffenden Mitglied eine Prämie zusichert. Dabei wird nun häufig die Möglichkeit eines Quotenkampfes, d. h. eines Kampfes um Erweiterung der dem einzelnen Mitglied zustehenden Quote, durch die Kartellsatzung ausgeschlossen. Wird einem solchen Kartell nun ein Festpreis diktiert, so besteht die Wahrscheinlichkeit, daß die Mitglieder des Kartells nun nicht mehr mengenmäßig ausweichen können und die dritte Variable in Bewegung setzen, nämlich sich der Sortenvariierung in Form der Qualitätsveränderung zuwenden. Zur Sortenvariierung wird häufig dann gegriffen, wo lediglich ein Mindestpreis dem Kartell auferlegt wird. Hier handelt es sich im wesentlichen um Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung. Manche Kartelle (Syndikate) schließen das in der Sortenvariierung zum Ausdruck gelangende dyopolistische Verhalten ihrer Mitglieder durch Einführung eines sogenannten *„Sortenschutzes"* aus. Es wird den Mitgliedern verboten, ihre Produktion auf Artikel, die sie zum Stichtage nicht produzierten, auszudehnen, oder sich auf solche Artikel umzustellen.

Es würde zu weit führen, nun alle Fälle aufzuführen, in denen die Sortenvariierung *und* Mengenvariierung gemeinsam das dyopolistische Verhalten der Kartellmitglieder bestimmen.

§ 8. *Folgerung:* Wir können unsere Betrachtung über die Wirkung einer Preistaxe beim Dyopol wie folgt zusammenfassen:

1. Produzieren die Dyopolisten unter sinkenden Kosten, so kann durch die Fixierung des Stückkostenpreises ein Mengenkampf nicht verhindert werden.

2. Produzieren die Dyopolisten unter steigenden Kosten, dann ist es unmöglich, die Dyopolisten durch Fixierung des Stückkostenpreises zur Stückkosten-Maximalausbringung zu zwingen.

3. Die Fixierung des Grenzkostenpreises erreicht die gewünschte Befriedung und bewirkt zugleich eine Ausbringung, die von der Nachfrage absorbiert wird. Liegt die Taxe über dem Grenzkostenpreis, so ist eine Quotenzuteilung für das Angebot, liegt sie unter dem Grenzkostenpreis, so ist eine Rationenzuteilung für die Nachfrage nötig.

4. Unterschreitet die Taxe das Durchschnittskostenminimum eines der beiden Dyopolisten, so stellt dieser in the long run seine Produktion ein, und es sind völlig neue Daten für eine Taxe, die dem überlebenden Monopolisten auferlegt werden soll, gegeben.

5. Werden Preise *und* Quoten von einem Kartell oder der Staatsautorität irrational, d. h., ohne Abstimmung aufeinander, diktiert, so weichen die Mitglieder durch Sortenvariierung aus.

6. Ein staatliches *Zwangskartell* vermag allerdings das Entstehen von Dyopolsituationen, die durch Außenseiter hervorgerufen werden, auszuschließen, wenn auch das Surrogatdyopol je nach Ausdehnung des Zwangszusammenschlusses mehr oder weniger latent vorhanden sein dürfte. Auch die Sortenvariierung sucht man beim Zwangskartell durch „Sortenschutz" auszuschalten[7]).

Daß die Autorität des Staates, die bei Zwangszusammenschlüssen besonders zutage tritt, die Kartellmitglieder davon abbringt, nach dem Prinzip des maximalen Gewinnes zu handeln und *deshalb* befriedete Dyopolsituationen zustande kommen, ist ein ganz anderes Problem, das im Schlußkapitel (Kapitel VII, §§ 8—9) behandelt werden soll.

§ 9. Über die außerordentliche *technische Schwierigkeit*, die wirksame Taxe, insbesondere den Grenzkostenpreis im Dyopol, in der Praxis zu finden, ist bisher kein Wort gesagt worden. Wir wollen nur darauf hinweisen, daß die Schwierigkeiten in einem Oligopol (das ja die typische Marktform vor Entstehen der meisten Kartelle war) noch sehr viel größer sind und um so größer werden, je größer die Kostenstreuung der oligopolistischen Betriebe und je unterschiedlicher ihre Betriebsanordnungen sind. Es könnte sich also als zweckmäßig erweisen, zur Befriedung einer ruinösen Konkurrenz andere als die von uns dargestellten Wege einzuschlagen.

So liegen die Dinge wesentlich anders, wenn für das staatliche Zwangskartell eine grundsätzlich andere Struktur als die des Preis- oder Preisquoten-Kartells gewählt wird, wenn also der Staat auf die direkte Preisfestsetzung verzichtet. Ein durchaus wirksames Mittel zur Verhinderung ruinöser Konkurrenz ist dann gegeben, wenn die Struktur des Zwangszusammenschlusses einem sogenannten *„Kalkulationskartell"* angepaßt wird[8]). Ein solches Kalkulationskartell verpflichtet seine Mitglieder zu einer gewissen Mindestbuchhaltung und legt ihnen Berechnungsschemen und Kalkulationstabellen (die aber keine Preise enthalten) vor, auf Grund deren sie nach Einsetzung der ihren individuellen Betriebsverhältnissen entsprechenden Kosten und nach Zuschlag eines zumeist

[7]) Als Beispiel eines Zwangskartells mit Sortenschutz sei hier das Deutsche Hohlglaskartell, zusammengeschlossen im August 1933, genannt.

[8]) Vgl. zum folgenden: NEUE ORDNUNG für das graphische Gewerbe, insbesondere die Einleitung; ferner eine Aufsatzreihe der FRANKFURTER ZEITUNG, insbesondere Nr. 521/22 vom 11. Oktober 1936.

prozentualen Gewinnsatzes den Preis des Produktes festsetzen. Zumeist dürfte sich die Einführung von Richtpreisen (basierend auf einem theoretischen Branchenkonkurrenzpreis, bei dem die Stellung des Grenzproduzenten zum Vorbild genommen wurde) als gegeben erweisen. Die Unterschreitung dieses Richtpreises ist meldepflichtig und vom selbstkostenmäßigen Standpunkt des betreffenden Betriebes aus als verantwortbar gegenüber der Betriebsgefolgschaft, dem Staate und den Gläubigern nachzuweisen. Diese Richtpreise sind mit Ordnungstaxen (Kapitel II, § 8) zu vergleichen, denen der Zwangscharakter fehlt. Ordnungstaxen sind sie vor allem dann, wenn die Kostenstreuung der Betriebe gering ist. Ist dagegen die Kostenstreuung der Betriebe hoch, und weichen die Betriebsanordnungen stark voneinander ab, dann ist der Richtpreis als die Untergrenze anzusehen, da er ja nach dem Betriebe des Grenzproduzenten berechnet wurde. Die obere Grenze gewährt einen Spielraum, innerhalb dessen die einzelnen Betriebe Produzentenrenten beziehen können[9]).

Es bleiben in einem solchen Kalkulations-Zwangskartell die Wege des Wettbewerbs offen. Verhindert wird erstens, daß die Mitglieder ihre Ausbringung zu Preisen unter den Selbstkosten auf den Markt bringen; damit wird im allgemeinen die ruinöse Konkurrenz als Folge einer Dyopolsituation ausgeschaltet. Verhindert wird im Interesse der Nachfrage zweitens, daß das Kartell als ganzes monopolistisch handelt, also seine Preise nach den Gesetzen des Monopolpreises festsetzt. Im staatlichen Kalkulations-Zwangskartell ist also ein wirksames Mittel zur Brechung eines Kollektivmonopols und damit zur Überleitung von solchen Märkten in die Freie Konkurrenz gegeben, bei denen die Monopolstellung eines freiwilligen Zusammenschlusses als schädlich angesehen wird. Das Kalkulationskartell könnte somit als Übergangsform zu einer Freien Konkurrenz gewählt werden, wenn die Anzahl der Kartellmitglieder so groß und ihre Marktpositionen einander so ähnlich sind, daß nach Kartellauflösung oligopolistische Kampfsituationen ausgeschlossen sind.

---

[9]) Wir interpretieren damit einen Ausspruch des Herrn Oberbürgermeister Dr. GOERDELER, der in einer Ansprache vom Januar 1935 ausführte: „Die *obere* Preisgrenze soll durch freien Wettbewerb bestimmt werden. Er wird von selbst dafür sorgen, daß sie nicht zu hoch wird, es sei denn, daß Warenmangel herrscht. In einem solchen Falle wäre mit Höchstpreisen auch nicht mehr auszukommen. Die *untere* Grenze soll bestimmt werden durch das Gesetz, daß niemand berechtigt ist, seine Preise auf Kosten Dritter, an seinem Unternehmen irgendwie Beteiligter zu senken . . ." (Wiedergegeben in: NEUE ORDNUNG für das graphische Gewerbe, S. 8).

Innerhalb eines Kalkulationskartells bleiben, so sagten wir, die Wege des Wettbewerbs offen. Wir meinten damit, daß es jedem Unternehmer überlassen bleibt, etwa durch größere Unternehmerfähigkeiten oder bessere Betriebsorganisation zu einer günstigeren Preisgestaltung zu kommen als die Mitbewerber im Kalkulationskartell. Da im Kalkulationskartell kein fester Preis herrscht, der sich, wie beim üblichen Preiskartell, nach den Kosten des am teuersten produzierenden Mitgliedes richtet, wird der Zusammenbruch derjenigen Unternehmen, die jenseits des Grenzunternehmers produzieren, nicht aufgehalten. Es besteht also ein der Freien Konkurrenz verwandter Ausleseprozeß[10]).

§ 10. Anderen Wegen zur Verhinderung von oligopolistischen Preiskämpfen (sogenannten Marktorganisationen), die ebenfalls die Überführung einer Branche in die Freie Konkurrenz dienen sollen, widmet LIEFMANN-KEIL[11]) eine ausführliche Abhandlung.

VI. Kapitel

Bilaterales Oligopol — Übergänge zur Freien Konkurrenz

§ 1. Im vorigen Kapitel sagten wir bereits (§ 3, Anm. 4), daß die Theorie des Oligopols nur eine Erweiterung der Dyopoltheorie sei. Je mehr „Konkurrenten" auf der oligopolistischen Marktseite auftreten, desto mehr nähert sich diese Marktform der Freien Konkurrenz, und desto enger wird der Bereich, in dem der Preis faktisch indeterminiert bleibt. Es treten schließlich auf beiden Seiten Freie-Konkurrenz-Parteien auf, und der entstehende Konkurrenzpreis wird durch einen Punkt bestimmt.

§ 2. Vergegenwärtigen wir uns die Situation des bilateralen Monopols. Vermehren sich hier auf beiden Seiten die Kontrahenten in gleichem Maße, so entsteht zunächst eine Situation, die als

---

10) Daß ein auf solchen Richtlinien aufgebauter Marktverband in der Praxis zu arbeiten imstande ist, beweisen die auf Grund der Neuen Ordnung für das graphische Gewerbe vom 21. Mai 1935 und deren Durchführungsverordnungen begründeten Kalkulationskartelle.

11) LIEFMANN-KEIL, Organisierte Konkurrenz-Preisbildung; Großhandelsversteigerung und Warenbörse, insbes. S. 120—157.

bilaterales Oligopol[1]) bezeichnet wird. In einer solchen Marktform, die praktisch recht häufig ist, wirken folgende *Tendenzen der Preisbildung:*

a) Mit Zunahme der Marktbeteiligten in sich verminderndem Maße: Die Tendenz der oligopolistischen Preisbildung.

b) Mit Zunahme der Marktbeteiligten ebenfalls in sich verminderndem Maße: Die Tendenz der Preisbildung im bilateralen Monopol.

c) Mit Zunahme der Marktbeteiligten in zunehmendem Maße: Die Tendenz der Preisbildung in Freier Konkurrenz.

Die sich durchsetzenden Tendenzen sind je nach Anzahl und Machtverhältnissen der Kontrahenten verschieden. Zieht man noch die innerhalb der einzelnen Marktformen möglichen Marktsituationen und die diesen immanenten Preisbildungstendenzen in Betracht, so entsteht eine chaotische Vielfalt von Marktsituationen innerhalb der Marktform „bilaterales Oligopol". Es lassen sich jedoch alle diese verschiedenen Kräfte in *eine* Grundtendenz zusammenfassen: *Je größer die Anzahl der beiderseitigen Kontrahenten, desto enger wird der* oben (Kap. IV, § 2) beschriebene *intramarginale Bereich*[2]), innerhalb dessen der Preis liegen muß; denn im allgemeinen wird der Preiskampf zwischen den beiden Marktparteien den Kampf der Oligopolisten untereinander überdecken oder wenigstens zurücktreten lassen.

§ 3. Das klassische Beispiel der Preisbildung im bilateralen Oligopol, in dem die Nachfrageseite überwiegt, zeigt BÖHM-

[1]) Wir behandeln in diesem Kapitel eine Konzeption des bilateralen Oligopols, bei der (ähnlich wie in den §§ 2—4 des IV. Kapitels) die Mengen als konstant angenommen werden. Eine Erweiterung auf variable Mengen müßte im Sinne des EDGEWORTHschen bargaining locus (s. Kapitel IV, §§ 5—7) erfolgen.

[2]) Die überkommene Preistheorie kennt schon den Begriff des intramarginalen Bereiches beim bilateralen Oligopol, nur hat sie für ihn *verschiedene Termini* geprägt: BÖHM-BAWERK (Positive Theorie des Kapitals, Bd. I, S. 287) nennt ihn *„Zone"*; M. ST. BRAUN (Theorie der staatlichen Wirtschaftspolitik, S. 60) spricht von *„intramarginalen Spannungen"*; VERRIJN STUART (De Grondslagen der Volkshuishouding, S. 217) kennt ihn als *„vrije marge"*, Freie Marge. Diese Begriffe sind verwandt mit dem oben (Kap. IV, § 4) genannten „range of indeterminateness" und „range of practical bargaining" PIGOUs und, in gewissem Sinne, mit EDGEWORTHs „bargaining locus" (Kap. IV, § 6). — Der Ausdruck *„Bereich"* scheint uns am umfassendsten und zugleich auch mathematisch korrekt zu sein.

BAWERK[3]) bei der Darstellung des *Gesetzes der Grenzpaare*. Es treten in seinem Bilde *acht* Anbieter und *zehn* Nachfrager auf, also Zahlen, die nur eine bilateral-oligopolistische Preisbildung zulassen. Dementsprechend kommt in dieser Marktform kein *eindeutiger* Preis zustande, lediglich die Grenzen werden bestimmt, innerhalb deren der Preis liegen muß[4]). Innerhalb dieser Grenzen, im intramarginalen Bereich, sind alle Preise möglich, ohne daß eine Preisveränderung auf die umgesetzte Menge irgendwelchen Einfluß hat. Ob der zustandekommende Preis an der Ober- oder Untergrenze liegt, ist lediglich von den aktuellen Machtverhältnissen bzw. der persönlichen Geschicklichkeit der Beteiligten abhängig. Allgemein kann gesagt werden, daß der intramarginale Bereich theoretisch in allen Marktformen der Wirklichkeit besteht, die zwischen Freier Konkurrenz und den Marktformen der wenigen Kontrahenten liegt. Er wird um so kleiner sein, je mehr sich die Marktform der Freien Konkurrenz nähert. Ist diese erreicht, so schmilzt er, auch mathematisch, auf einen Punkt zusammen, d. h. der Preis ist dann als Konkurrenzpreis determiniert. In gewissen Marktsituationen, in denen die Zahl der Kontrahenten zwar groß ist, aber zur Freien Konkurrenz noch nicht ausreicht, ist der Preis, der sich in einem bestimmten Geld-

---

[3]) BÖHM-BAWERK, Positive Theorie des Kapitales, Bd. I, S. 272 ff. — BÖHM-BAWERK überschreibt zwar den betreffenden Abschnitt: „Die Preisbildung bei beiderseitigem Wettbewerb", er stellt aber, wie es nach der Marktlage gar nicht anders sein kann, die Theorie des bilateralen Oligopols dar.

[4]) „So finden wir denn den Spielraum, in den ... der Preis notwendig fallen muß, zwischen die Grenzen von 210 und 215 fl. eingeengt ..." (BÖHM-BAWERK, Positive Theorie des Kapitales, Bd. I, S. 276). — Mit wahrer Genialität hat BÖHM-BAWERK auf S. 287 des gleichen Werkes auch schon den Übergang zur Freien Konkurrenz beschrieben: „Eine konkurrierende Wertschätzung wird von der benachbarten, nächstniedrigen oder nächsthöheren nicht mehr wie im *schwachbesetzten Markte unseres Beispieles* um sprunghafte Distanzen von zehn bis zwanzig oder selbst vierzig Gulden abstehen, sondern die Distanzen werden durchschnittlich auf einzelne Einheiten, oder auch auf bloße Bruchteile der Geldeinheit sich vermindern. Das aber wird zur Folge haben, daß auch der von den Wertschätzungen der beiden Grenzpaare eingeengte Raum noch enger wird Die *Zone*, in welche der beiderseitige Wettbewerb die Preisbildung drängt und innerhalb welcher der Markt sein momentanes Gleichgewicht finden konnte, verschmälert sich zu einem *Punkt*." (Hervorhebungen teilweise vom Verfasser.)

betrage ausdrückt, nur *scheinbar* determiniert, obgleich latent der intramarginale Bereich weiterbesteht[5]): Dann nämlich, wenn die Geldeinheit so groß gewählt ist, daß sie den intramarginalen Bereich überdeckt, oder aber dann, wenn es handelsüblich ist, nur in „runden" Beträgen zu rechnen und der intramarginale Bereich zwischen zwei „runden Zahlen" liegt. Ähnlich wie dieser Fall liegt das Problem der Unteilbarkeit der Güterquantitäten (Kap. II, § 4).

§ 4. Bei der großen Häufigkeit der bilateralen Oligopole in der aktuellen Wirtschaft sind deshalb auch die Preisverhältnisse, bei denen der Preis innerhalb des intramarginalen Bereiches theoretisch indeterminiert ist, außerordentlich häufig. Wir haben oben (Kap. IV, § 3) gezeigt, daß eine Taxe innerhalb dieses Bereiches wirksam sein kann. Wir können nun noch hinzufügen, daß die Grenzen der Wirksamkeit einer Taxe im allgemeinen durch die Grenzen des intramarginalen Bereiches bestimmt sind, daß also der Preis, der vom Staat wirksam diktiert werden kann, theoretisch um so näher bestimmt ist, je größer die Zahl der Kontrahenten ist und je mehr das Bild der Freien Konkurrenz entsteht. Verengt sich der Bereich auf einen Punkt, oder bleibt er innerhalb der Rechnungseinheit, dann gibt es theoretisch nur *einen* Ort, an dem die Taxe auch wirksam wird. Die Taxe wird damit zur Ordnungstaxe (s. Kap. II, § 8). Der ideale Preis wird auch beim bilateralen Oligopol „der Normalpreis" sein (s. Kap. IV, § 3, insbes. Anm. 6).

§ 5. Wir gingen bei unserer Betrachtung von der Annahme aus, daß der bilaterale Kampf den oligopolistischen überdeckt, wie es ja auch das klassische Beispiel der Grenznutzenschule annimmt. Legt man diese Annahme zugrunde, so ergibt sich ein verhältnismäßig *weites Feld wirksamer staatlicher Preiseingriffe*, die ein Gleichgewicht zustande kommen lassen. Vor allem dann wird man von einer solchen Gelegenheit staatlichen Eingriffs sprechen, wenn die oligopolistischen Marktseiten Asymmetrische Dyopole oder bereits befriedete Kartelle sind, oder wenn nur eine Marktseite so beschaffen ist, die andere aber, wie in Freier Konkurrenz, die Preisfestsetzung der ersten als gegeben hinnimmt.

§ 6. Nun wird aber in einer großen Anzahl von Fällen *der oligopolistische Kampf* zwar überdeckt, bleibt aber doch latent bestehen. Vor allem aber besteht die Gefahr, daß der — an sich bilateral wirksame — staatliche Festpreis einen Mengenkampf der oligopolistischen Marktbeteiligten untereinander hervorruft, der

[5]) Vgl. das zweite Zitat in Anmerkung 4, ferner VERRIJN STUART, De Grondslagen der Volkshuishouding, S. 218.

wiederum den Festpreis zur Unwirksamkeit verdammt. Die vordringliche Aufgabe staatlicher Preispolitik in einem bilateral-oligopolistischen Preiskampf ist es also, zunächst die beiden Marktseiten einzeln zu befrieden und den Oligopolkampf zu unterbinden[6]). Es sind nötigenfalls also Kartelle oder Abnehmergenossenschaften zu schaffen, deren Zweck allein die Ausschaltung des Kampfes ist, nicht aber die Neubildung irgendwelcher Monopol-Machtstellungen. Wir kämen dann zu monopolähnlichen Marktorganisationen, die sich bilateral gegenüberstehen. — Damit halten wir aber nicht die von STACKELBERG angeführte Lösung[7]), die er unter anderen möglichen nennt, für unbedingt wünschenswert, nämlich die Schaffung zweier sich gegenüber stehender *echter* Monopole. Dadurch würde zwar ein bilaterales Monopol geschaffen und auch ein intramarginaler Bereich, innerhalb dessen der Festpreis wirksam wird, aber gleichzeitig wird dieser Bereich sehr groß, da auf beiden Marktseiten nur *eine* Einheit auftritt. Wir sehen aber eine Marktsituation vom Gesichtspunkt des Wirtschaftsfriedens als um so günstiger an, je *enger* der Bereich der Indeterminiertheit des Preises ist, d. h. also, je mehr Kontrahenten die Marktseiten aufweisen, bzw. je mehr sich ihre Anzahl der Freien Konkurrenz nähert. Weshalb also ein Gebilde, das an sich schon zur Freien Konkurrenz tendiert, künstlich monopolisieren? Es muß also ein Weg gefunden werden, der in gefährdeten bilateralen Oligopolsituationen zwar eine Preisfestsetzung im relativ engen intramarginalen Bereich gestattet, sich aber nicht zum Ziel setzt, die Oligopolform der Marktseiten vollends zu zerstören, sondern nur, sie zu befrieden. Wir haben diesen Weg in der Beschreibung des Kalkulations-Zwangskartells aufzuzeigen versucht. Hier blieb der Wettbewerb innerhalb der Marktpartei erhalten, ohne aber ruinöse Situationen hervorzurufen.

§ 7. *Folgerung:* Es zeigen sich also folgende Möglichkeiten wirksamer Befriedung eines bilateralen Oligopols durch staatliche Preisfestsetzung:

a) Beide Marktparteien verhalten sich untereinander wirtschaftsfriedlich bzw. der bilaterale Kampf überdeckt den Oligopolkampf. Dann ist jeder Taxpreis innerhalb des intramarginalen Bereiches wirksam. Je mehr Tauschkontrahenten, um so enger der Bereich.

b) Nur eine Marktpartei hält unter sich Wirtschaftsfrieden; die andere befindet sich im Oligopolkampf. Hier ist aus der

---

[6]) Einen Weg zur Befriedung des Oligopols zeigten wir in Kapitel V, § 9; vgl. auch § 10 und Anm. 11 des Kap. V.

[7]) STACKELBERG, Marktform, S. 105.

letztgenannten Partei ein Kalkulationskartell oder eine andere Organisation mit dem gleichen Befriedungsziele zu schaffen. Innerhalb des jetzt erst entstehenden intramarginalen Bereiches ist eine Preisfestsetzung im allgemeinen wirksam.

c) Beide Marktparteien befinden sich im Oligopolkampf, bzw. der Oligopolkampf überdeckt den bilateralen Kampf. Hier sind beide Parteien, wie unter b geschildert, zu befrieden, und der Preis ist innerhalb des intramarginalen Bereiches des neugeschaffenen bilateralen Monopols festzusetzen.

§ 8. Wo der Preis innerhalb des intramarginalen Bereiches zu liegen hat, hängt von den Staatsgrundsätzen ab. Haben diese die Maximierung des Sozialproduktes zum Ziele, dann wird der „Normal-" oder „Konkurrenzpreis" zu wählen sein: Das wäre derjenige Preis, der zustande käme, wenn beide Parteien sich in Freier Konkurrenz befänden. Entspricht es den Staatsgrundsätzen, die eine oder andere Seite wirksam zu begünstigen, so wird der Preis der oberen oder unteren Grenze des intramarginalen Bereiches anzunähern sein[8]).

VII. Kapitel

Staat, Preiseingriff und das Verhalten der Wirtschaftsträger

§ 1. Das Wirtschaftsbild, das die Einleitung zu dieser Arbeit und die ihr folgenden Kapitel entwarfen, muß den Eindruck hervorrufen, als ob die gegenwärtige Wirtschaft ihrer Marktstruktur nach chaotisch sei[1]). Es scheint tatsächlich so, daß mit der durch den technischen Fortschrittsprozeß bedingten Konzentration der Unternehmungen immer weniger Wirtschaftsträger auftreten, wodurch notwendig immer häufiger Marktformen entstehen, in denen theoretisch kein Gleichgewicht zustande kommt. Eine empirische Betrachtung zeigt aber, daß trotz des Bestehens theoretisch gleichgewichtsloser Marktformen auch in einer „Wirtschaft der wenigen Kontrahenten" ein Gleichgewichtszustand herrscht; diesen Zustand nennen wir, ohne Rücksicht auf etwa anderweitige Verwendungsmöglichkeiten des Ausdruckes, „*Quasi-*

[8]) Vgl. zum Vorstehenden: STACKELBERG, Marktform, S. 105.

[1]) Vgl. zum Inhalt dieses Kapitels: STACKELBERG, Marktform, S. 94 bis 96; 98—102; 105.

konkurrenz". Seine Ursache liegt im *Verhalten der Wirtschaftsträger.*

Wir setzten in den vorhergehenden Kapiteln nämlich voraus, daß innerhalb der einzelnen Marktsituationen die Kontrahenten nach der Maximierung des individuellen Gewinnes trachten, ja, daß sie überhaupt fähig seien, in diesem Sinne „kapitalistisch" zu handeln. Es hieße aber den Durchschnittsunternehmer zu überschätzen, wenn man annimmt, daß er wirklich seine Marktposition, vor allem aber seine Stärke kennt.

§ 2. Unbedingt *notwendig zur Erkenntnis der eigenen Stärke* ist aber die *Einsicht* in die Marktzusammenhänge und, besonders in Marktformen, die außerhalb der Freien Konkurrenz stehen, die *Voraussicht* des Wirtschaftsablaufes. Die Frage der Voraussicht ist nur in einer dynamischen Wirtschaft, die der Einsicht sowohl in stationärer wie dynamischer Wirtschaft von Bedeutung.

Die *Einsicht* in die Marktzusammenhänge hängt erstens von der *Markttransparenz* ab, der objektiven Möglichkeit, in das bestehende Preisgefüge, in seine produktionsmäßigen Voraussetzungen und in die Verteilung der Marktzuflüsse auf die aktuellen und potentiellen Konkurrenten, auch auf die Substitutionsgüterkonkurrenz, Einblick zu nehmen. Neben diesem äußeren Moment hängt die Einsicht zweitens auch von der *Kenntnis des eigenen Betriebes*, vor allem von einer rationellen Betriebsrechnung und Kalkulation ab.

Ein gewisses Maß an Einsicht ist die Voraussetzung des richtigen Verhaltens im Sinne des Maximalgewinnprinzips. Der Vollkommenheit der Einsicht sind keine Grenzen gesetzt; „vollkommene Einsicht" führt nicht zu Paradoxien. Ein Unternehmer mit vollkommener Einsicht verhält sich nicht wie jener Tausendfüßler, der, nach vollkommener Einsicht in den Mechanismus seiner Fortbewegung, keinen Schritt mehr zu tun vermochte.

§ 3. Die *Voraussicht* des Wirtschaftsablaufes bedeutet ein schwerer zu lösendes Problem. *Für die Marktform Freie Konkurrenz* ist das Vorhandensein von Voraussicht völlig *irrelevant*, vorausgesetzt, daß die Freie Konkurrenz statischer Natur ist und nicht in eine andere Marktform umschlägt. Denn in Freier Konkurrenz ist jeder Unternehmer voll preisabhängig. Ein jeder verhält sich ebenso wie seine Konkurrenten. Wollen wir schon den Ausdruck „Voraussicht" in einen solchen Zusammenhang einführen, so kann er nur besagen, daß der Unternehmer, der gegenwärtig einsieht, daß er seine Preislage selbständig nicht ändern kann, diese Erkenntnis auch für die Zukunft hegt. Nimmt er an, daß „voraussichtlich" in Zukunft ein Wechsel eintreten wird, und bestätigt sich diese Annahme, dann hat eben die Marktform Freie Konkurrenz aufgehört zu

existieren; irrt er sich dagegen, tritt also der „voraussichtliche" Wechsel nicht ein, dann besteht eben die Freie Konkurrenz fort, und die Frage der Voraussicht war wirklich irrelevant. Hätte er etwa den Versuch unternommen, gemäß seiner — falschen — Voraussicht zu handeln, so wäre dieser Versuch von vornherein zum Mißerfolg verdammt gewesen, da er ja in Freier Konkurrenz gar nicht erfolgreich vorstoßen kann (s. Kap. II, §§ 2 und 3).

Tritt nun die *Dynamik* des Wirtschaftsablaufes in Funktion (besteht also die Möglichkeit des Marktformwechsels), oder sind *andere Marktformen* als Freie Konkurrenz vorhanden, dann gewinnt erst das Problem der Voraussicht Bedeutung. „Vollkommene" Voraussicht führt zum Widerspruch des *Sherlock-Holmes-Problems*[2]). Wenn wir aber zum Handeln des Unternehmers auch nur ein gewisses Maß an Voraussicht, und für die Herstellung des wirtschaftlichen Gleichgewichtes (soweit die Marktform das überhaupt zuläßt) das gleiche Maß an Voraussicht bei allen Beteiligten für notwendig halten, dann bleibt immer noch offen, ob der Unternehmer richtig voraussieht, oder ob er sich irrt. Entscheidend für das nach dem Maximalgewinnprinzip richtige Verhalten des Unternehmers ist also: Erstens *das Maß, und* zweitens *die Verifizierung seiner Voraussicht.* Wir möchten annehmen, daß diese beiden Faktoren der Voraussicht die Qualifikation des Unternehmers in der dynamischen Wirtschaft bestimmen. Ein Mangel an diesen beiden Faktoren bewirkt, daß der Unternehmer sich treiben läßt, oder daß er, wie in Freier Konkurrenz, sich mit Gegebenem abfindet.

Einsicht und Voraussicht sind die Grundlagen der Erkenntnis der eigenen Stärke. Da diese Grundlagen schon sehr schwer zu interpretieren sind und man sie beim Durchschnittsunternehmer nur in beschränktem Maße antrifft, ist es erklärlich, daß dieser Durchschnittsunternehmer auch seine wahre Stärke nicht kennt.

§ 4. Häufig tritt auch das subjektive Moment auf, daß der Unternehmer *seine Stärke* zwar kennt, aber *gar nicht ausnutzen will.* Drei Fälle sind hier zu unterscheiden:

a) *Die Preise* der Wirklichkeit *sind* sehr oft *traditionsbestimmt.* Der Unternehmer rechnet häufig, auch dann, wenn es sich nicht um Freie Konkurrenz handelt, mit gegebenen Preisen, und zwar selbst dann, wenn sein Produkt „neu" ist. Er sucht zumeist Preisansatzpunkte auf Grund verwandter oder substituierbarer Produkte;

---

[2]) Vgl. hierzu: MORGENSTERN, Vollkommene Voraussicht und Wirtschaftliches Gleichgewicht, und CONRAD, Die Grundannahmen der Gleichgewichtstheorie.

oder er vergleicht seine Ausbringung mit anderen, die einen ähnlichen Nutzeffekt beim Nachfrager hervorrufen. Ein Unternehmer steht also stets dann unter Quasikonkurrenz, wenn er in Marktsituationen mit wenig Beteiligten auf Grund von *„Preisvorstellungen"*[3]) handelt. Ähnlich wie der traditionelle Preis wirkt in dieser Hinsicht u. U. ein staatlicher Festpreis.

b) Häufig tritt der Fall ein, daß der Unternehmer seine Preise zwar nicht an gegebenen oder scheinbar gegebenen orientiert, andererseits aber auch nicht den Preis entsprechend seiner Marktposition festsetzt. Er bestimmt seinen *Preis* lediglich *auf Grund seiner Selbstkosten* oder seiner Wiederbeschaffungskosten[4]), zu denen er einen ihm gutdünkenden Gewinnsatz, meistens im prozentual-ausdrückbaren Verhältnis zu den Kosten, häufig degressiv, hinzuschlägt. Daß diese Art der Preisfestsetzung mit dem Schwinden des unternehmerischen Wagemutes zunimmt, liegt auf der Hand.

c) Der dritte Fall, in dem ein Unternehmer bewußt auf die Ausnutzung seiner Stärke verzichtet, ist dann gegeben, wenn *religiöse und politische Vorstellungen zum Leitmotiv seines Handelns* werden. Ein Unternehmer setzt beispielsweise nicht den COURNOTschen Monopolpreis fest, da er sich vor „Wucherpreisen" scheut; oder er handelt in einer Dyopolsituation nicht im Sinne des BOWLEYschen Dyopolisten, da er grundsätzlich „wirtschaftsfriedlich" eingestellt ist. — Von politischen Motiven ist nicht nur eine Handlungsweise getrieben, die sich an das Straf- oder Wettbewerbsgesetz bewußt streng hält, sondern auch ein wirtschaftliches Verhalten, das durch Angst vor Anprangerung, vor Boykottierung oder vor anderen politischen Druckmitteln bestimmt ist, aber auch ein solches, das sich durch Aussicht auf öffentliche Belobigung usw. erklären läßt.

§ 5. Die oben aufgezählten objektiven Hemmnisse (z. B. technische Unmöglichkeit der vollkommenen Voraussicht und Einsicht) und subjektive Hemmungen (z. B. religiöse Motive) nennt man überkommenerweise *„Friktionen"*[5]). Die überkommene Theo-

---

[3]) ZWIEDINECK-SÜDENHORST, Über den Subjektivismus in der Preislehre, S. 1 ff.

[4]) „Auch heute noch ist, mehr als allgemein angenommen wird, die Kalkulationsmethode ‚Material plus Lohn plus Unkostenzuschlag = Selbstkosten' vorzufinden. Dementsprechend dürftig sind auch in Wirklichkeit die vorhandenen Kalkulationsunterlagen!" (I. WARLIMONT in RKW-Nachrichten, X. Jahrgang, S. 127.)

[5]) So u. a. ADOLF WEBER, Volkswirtschaftslehre, Bd. II, S. 164 ff. — Verwandt sind diese Friktionen sowohl mit den von ADAM SMITH

rie hat die Fälle, in denen Friktionen wirksam sind (ebenso wie Abweichungen vom statischen Dauerpreis) als Ausnahmefälle angesehen. Es läßt sich aber empirisch feststellen, daß gerade Friktionen der geschilderten Art in Marktsituationen, die sich im Bereich der wenigen Kontrahenten abspielen, außerordentlich häufig sind. Es ergibt sich die scheinbar paradoxe Tatsache, daß — wie wir oben (Kap. I, insbes. § 5) darlegten — die oligopolistischen und bilateral-monopolistischen Marktsituationen in der Zunahme begriffen sind, daß aber diese Marktsituationen zumeist nur theoretisch gleichgewichtslos sind; in Wirklichkeit bewirken gerade Friktionen, umgekehrt wie in der klassischen Lehre, daß *dort* ein verhältnismäßig stabiles Gleichgewicht vorhanden ist, wo theoretisch Kampf und Chaos herrschen müßte. *Die Friktion,* vor allem das von „nicht-kapitalistischen" Motiven geleitete Handeln der Marktbeteiligten, *führt in theoretisch gleichgewichtslosen Marktformen einen Zustand herbei, der der Freien Konkurrenz ähnlich ist,* nämlich den Zustand der Quasikonkurrenz; denn zumeist finden die Friktionen darin ihren Ausdruck, daß der Preis als etwas Gegebenes, als etwas vom Verhalten der Marktbeteiligten Unabhängiges angesehen wird.

§ 6. Diese scheinbar paradoxe Tatsache führt zu dem noch merkwürdigeren Ergebnis, daß *die klassische Theorie,* die von der Freien Konkurrenz als dem Normalfall ausging, *viel eher dem aktuellen Verhalten der Marktbeteiligten in der Gegenwart gerecht wird,* als die *moderne Theorie,* die die Marktformen der wenigen Kontrahenten in den Vordergrund rückt.

So kommt denn der Taxpreistheorie der Freien Konkurrenz eine größere Bedeutung zu, als es zunächst scheinen mag; es gilt die hier (Kap. II, §§ 8—11) dargestellte Theorie der zweifelhaften Wirksamkeit einer Taxe unter Freier Konkurrenz auch in Fällen, in denen theoretisch eine andere Marktform besteht und nur das Verhalten der Beteiligten eine Quasikonkurrenz schafft. Daher ist die Notwendigkeit eines staatlichen Preiseingriffes keineswegs immer dann gegeben, wenn eine theoretisch gleichgewichtslose Marktsituation vorherrscht, und Preistaxen sind häufig auch dort unwirksam, wo sie an sich theoretisch wirksam sein könnten (z. B. in einem bilateralen Oligopol), weil in Wirklichkeit eine Quasikonkurrenz vorliegt.

(Wealth of Nations, Bk. I, Ch. VII) dargestellten Abweichungen des Marktpreises vom natürlichen Preis der Ware wie auch mit den von RICARDO (Principles of Political Economy and Taxation, Ch. IV) erwähnten „temporary disturbances". Vgl. ferner J. ST. MILL, Principles of Political Economy, III, 1, § 5.

Aus unserer stationären Betrachtungsweise ergibt sich also folgender, nur für die Statik geltender Grundsatz: *Die Notwendigkeit eines preispolitischen Staatseingriffes ist* — wenn die Maximierung des Sozialproduktes sein Ziel sein soll — *nur dann gegeben, wenn zwei Grundbedingungen erfüllt sind:*

Erstens muß eine Marktform bzw. Marktsituation vorliegen, die einen wirksamen Eingriff gestattet und wegen ihres natürlichen Ungleichgewichtes oder ihrer schädlichen sozialpolitischen Folgen auch erheischt.

Zweitens müssen sich die Marktbeteiligten innerhalb einer gleichgewichtslosen Marktform nach dem Maximalgewinnprinzip verhalten.

Es ergibt sich also, daß, bei stationärer Betrachtungsweise, preispolitische Staatseingriffe in der aktuellen Wirtschaft, in der sowohl Marktformen des Gleichgewichts wie gleichgewichtslose auftreten, in der ferner Friktionen (vor allem „nichtkapitalistisches" Verhalten der Marktbeteiligten) häufig sind, nur Einzelfälle zu betreffen und nur interventionistischer Natur zu sein brauchen, wenn die Staatspolitik auf Maximierung des Sozialproduktes gerichtet ist[6]).

Es läßt sich jedenfalls nur dann die Notwendigkeit eines *faschistisch-korporativen Systems*[7]) wirtschaftslogisch begründen, wenn man annimmt, daß erstens die Märkte der wenigen Kontrahenten immer mehr in den Vordergrund treten, die Märkte der Freien Konkurrenz dagegen allmählich schwinden (eine Ansicht, mit der wir übereinstimmen), und daß zweitens das Verhalten der Wirtschaftssubjekte immer mehr „rational" bestimmt wird, daß die Kenntnis ihrer Stärke zunimmt und daß sie immer mehr nach dem Maximalgewinnprinzip handeln.

§ 7. Die letztgenannte Annahme aber scheint uns fragwürdig. In gleicher Weise, wie in den mittel- und osteuropäischen Kulturkreisen in den außerwirtschaftlichen Gebieten gerade das Irrationale durchbricht, so sprechen auch viele Anzeichen dafür, daß heutzutage und in naher Zukunft viel *weniger rationalistische Momente* in der Privatwirtschaft zur Geltung kommen, als etwa in der Vorkriegsperiode. Es scheint, als ob gerade das Verhalten der Wirtschaftsträger immer mehr dem Motiv der Bedarfs-

---

[6]) Daß alle Einzeleingriffe unter *einem* Gesichtspunkt erfolgen sollen, daß sie vor allem sich nicht widersprechen dürfen, scheint uns eine Selbstverständlichkeit zu sein.

[7]) Vgl. STACKELBERG, Marktform, S. 102—105.

deckung unterworfen wird und von politischen Faktoren abhängig ist, und daß vor allem die „kapitalistische" Triebfeder teilweise versagt. Das Ökonomische tritt gegenüber dem Politischen in den Hintergrund. Die Allgewalt des Staates leitet den Unternehmer nicht nur in positivem Sinne; er fühlt sie häufig auch als Gängelband, auf das er sich verläßt, oder wenigstens verlassen zu können glaubt. Der Prozeß des Schwindens des unternehmerischen Wagemuts nimmt seinen Fortgang.

Lassen wir aber die Annahme von der zunehmenden „Rationalisierung" (die dem „Fortschrittsglauben" entspringen kann) gelten, dann müssen wir freilich zugeben, daß mit Zunahme der Marktformen der wenigen Kontrahenten und auch mit entsprechend zunehmendem, ihnen gemäßem rationalistischem Verhalten der Beteiligten, die Notwendigkeit systematischer Staatseingriffe zur Schaffung eines künstlichen Gleichgewichtes größer wird, daß, falls dieser Prozeß fortschreitet und gar die neuen, durch Intervention geschaffenen oder freiwillig gebildeten Wirtschaftseinheiten in einen „Kampf der Giganten" treten, sich die Gründung eines bilateral durchgebildeten korporativen Systems, wie es STACKELBERG skizziert, als notwendig erweist.

§ 8. Wir müssen aber immer wieder betonen, daß wir eine solche Entwicklung in nächster Zukunft für unwahrscheinlich halten. Denn zu all den Faktoren, die die fortschreitende „Rationalisierung" des Wirtschaftslaufes hemmen, treten als wichtigste der Staatseingriff und der Staat selbst auf. Die Fragestellung lautet: *Wie wirkt der Staatseingriff selbst auf den Wirtschaftsablauf?* Oder präziser: Wie modifiziert wiederum der Staatseingriff selbst das Verhalten der Wirtschaftsträger? Will man diese Fragen beantworten, so ist zunächst die Möglichkeit und Erfolgschance *jedes* Staatseingriffs zu prüfen.

Jede Staatsmaßnahme geht als Datum in den Wirtschaftsablauf ein. Der Wirtschaftsmechanismus selbst, insbesondere der Preisbildungsprozeß kann vom Staate nicht außer Kraft gesetzt werden. Ein Eingriff in ihn wirkt lediglich als ein neues Datum und vermag so das *Ergebnis* des Prozesses zu modifizieren. Der Staat kann aber von vornherein neue Daten schaffen, die, nachdem sie der Wirtschaftsmechanismus verarbeitet hat, Ergebnisse zeitigen, die den Staatsgrundsätzen entsprechen. Welche Daten einzusetzen sind, vermag die Wirtschaftstheorie nicht zu bestimmen; sie kann lediglich sagen, welches Ergebnis auf Grund gegebener Daten und auf Grund des unabänderlichen Wirtschaftsmechanismus zustande kommt (es sei denn, daß die fraglichen Marktformen das Ergebnis a priori indeterminiert sein lassen). Die

Einsetzung der Daten wird also von den Staatsgrundsätzen bestimmt; die Staatsgrundsätze sind aber der ökonomischen Betrachtungsweise enthoben. Die Wirtschaftstheorie darf nicht etwa dem Staate vorschreiben, ob er sich die Maximierung des Sozialproduktes, oder die Durchführung strategischer, politischer, völkischer oder nationaler Erwägungen zum Ziele setzen soll. Sie kann aber darauf hinweisen, ob ein bestimmter Staatseingriff bzw. ein bestimmtes Datum im Einklang mit dem Ziel des Staatsgrundsatzes steht, d. h. *ob dieser Eingriff zweckvoll und entsprechend ist.*

§ 9. Die Festsetzung neuer *Daten*, die für den Wirtschaftsablauf relevant sind, braucht aber nicht im Bereich des Wirtschaftlichen selbst zu erfolgen. Sie kann auch *in einem vorgeschalteten Stadium* stattfinden. Durch politische Propaganda können bewußt die Nutzenschätzungen der Wirtschaftssubjekte abgeändert, verschoben, geschwächt und gestärkt werden[8]). Dadurch werden neue Daten für die Bewertung wirtschaftlicher Güter geschaffen und die Preisbildung wird modifiziert, ohne daß der Versuch unternommen wird, durch Angebots- oder Nachfrageregulierung den Preis zu beeinflussen, oder in den Preismechanismus selbst einzugreifen, oder die Preisbildung durch Taxen vorwegzunehmen. So ist beispielsweise denkbar, daß durch politische Propaganda die Nutzenschätzungen heimischer Produkte gesteigert, oder daß Anbieter von Waren nach politischen Gesichtspunkten diskriminiert werden und so andere Preise entstehen, als ohne die politischen Mittel zustande gekommen wären[9]).

Aber auch das Umgekehrte kann eintreten: Der Staat nimmt das Ergebnis des Preisbildungsprozesses vorweg und setzt eine Taxe

---

[8]) Ähnlich wirkt auch in der rein ökonomischen Sphäre die *Werbung*. Reklame modifiziert aber nicht nur die Nutzenschätzungen der Kontrahenten, sondern sie übt noch eine andere wirtschaftliche Funktion aus. Sie ist imstande, einen Einheitsmarkt in Teilmärkte aufzugliedern (umgekehrt wie die Standardisierung, die Teilmärkte vereint). Selbst physisch homogene Güter werden durch Reklame in wirtschaftlich heterogene verwandelt. So entstehen — wie wir im Einleitungskapitel schilderten — „Marken"; und so werden Märkte der Freien Konkurrenz durch Teilmarktbildung in andere, oft genug gleichgewichtslose Marktformen überführt. Reklame ist, in Freier Konkurrenz, das Zeichen des Vorstoßes eines Unternehmers (oder einer Unternehmergruppe) und deutet stets den Zerfall dieser Marktform an.

[9]) „Das Wesentliche liegt in dem Ziel, die Menschen im Innersten zu erfassen und umzubilden. So sind auch für die werdende Wirtschaftsordnung der Ansatz und die Ergebnisse zur Erziehungsarbeit weit wichtiger als alle äußere Regelung der wirtschaftlichen Verhältnisse." (DIETZE, Volkswirtschaftspolitik, S. 15.)

für eine Ware oder Leistung fest, und *die Festsetzung dieser Taxe wirkt ihrerseits wieder auf die Nutzenschätzungen* der Wirtschaftsträger zurück, die sich der Taxenanordnung entsprechend ausrichten. Eine solche Beeinflussung der Nutzenschätzung ist freilich nur in enggesteckten Grenzen möglich und sowohl von der Autorität der anordnenden Instanz als auch von der Dringlichkeit (Elastizität) des betroffenen Bedürfnisses abhängig. Eine solche Beeinflussung ist auch zumeist nur kurzfristig wirksam. Immerhin gibt es eine empirisch feststellbare *relative* Wirksamkeit von Taxen in Fällen, wo sie den abstrakten Marktgesetzen zufolge nicht wirksam sein könnten, wenn die Taxe selbst nicht die Handlungsweise der Kontrahenten beeinflußt und die oben (§§ 4 und 7) geschilderten Wirkungen hervorgerufen hätte[10]). Die Kriegszeit hat aber gezeigt[11]), daß die Wirksamkeit solcher Taxen nur eng begrenzt war, und sich nur über kurze Zeiträume erstreckte (wozu freilich hinzukam, daß sich aus Änderung des Angebots und aus Ursachen dynamischer Natur die Wirksamkeit der Taxen noch stärker beschränkte). Einer long-run-Betrachtung hält diese Erklärung der Taxenwirksamkeit jedenfalls nicht stand[12]).

§ 10. Wir betonten, daß die Autorität der anordnenden Instanz einer Taxe durch Modifizierung der Nutzenschätzungen kurzfristige Wirksamkeit verleihen kann. Es hat nun den Anschein, daß man heute das „Gesetz der wachsenden Ausdehnung der öffentlichen bzw. der Staatstätigkeit"[13]) zu einem *„Gesetz der zunehmenden Staatsautorität"*, auch auf wirtschaftlichem Gebiet, erweitern kann. Wie weit dieser historisch-soziologische Prozeß in Zukunft auch die wirtschaftliche Wirksamkeit der Staatsmaßnahmen, vor allem der Preiseingriffe, beeinflussen kann, ist eine Frage, deren Beantwortung wir offenlassen müssen. Wir wollen uns darauf beschränken, als Resumé unserer Arbeit jene Auffassung zu wieder-

---

[10]) „Der patriotische Enthusiasmus, den ein volkstümlicher Krieg entfacht, ist imstande, Arten und Ausdehnung der Staatskontrolle erfolgreich arbeiten zu lassen, die in normalen Zeiten ganz und gar zusammenbrechen würden." (PIGOU, Economics in Practice, S. 124 f.)

[11]) Vgl. hierzu die in Kap. III, Anm. 7, genannten Werke, ferner das Referat des Frh. v. FALKENHAUSEN auf der dritten Tagung der internationalen Konferenz für Agrarwissenschaft in Bad Eilsen.

[12]) „ *‚Inter arma silent leges'* darf nicht mit ‚In Kriegszeiten treten ökonomische Gesetze außer Kraft' übersetzt werden, sondern eher mit *‚In Kriegszeiten ist es manchmal gut, über ökonomische Gesetze zu schweigen'*." (CANNAN, An Economist's Protest, S. 49.)

[13]) WAGNER, Grundlegung der politischen Ökonomie, S. 392 ff.

holen, die schon am Anfang der neuzeitlichen Theorie des Preiseingriffes stand:

> *„Polizey-Taxen sind nur alsdann allein oder vornehmlich nöthig, wo keine Concurrenz der Verkäufer stat findet. Es ist aber aus Gründen und Erfahrung erweislich, daß die Polizey nicht im Stande ist, solche Taxen genau genug zu entwerfen und über ihre Beobachtung zu halten. Deswegen suche man vielmehr die Concurrenz der Verkäufer zu bewürken“*[14]).

[14]) JUSTI, Grundsätze der Polizeywissenschaft, S. 219.

Literatur-Verzeichnis

Abkürzungen:

Arch. f. Soz.	=	Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Tübingen.
Ec. Journ.	=	The Economic Journal, London.
Enc. of Soc. Sc.	=	Encyclopaedia of the Social Sciences, New York.
H. d. St.	=	Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Jena.
Jahrb.	=	Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Jena.
Qu. Journ.	=	The Quarterly Journal of Economics, Cambridge, Mass.
W. d. G.	=	Die Wirtschaftstheorie der Gegenwart, Wien.
Z. f. N.	=	Zeitschrift für Nationalökonomie, Wien.
Z. f. Volksw.	=	Zeitschrift für Volkswirtschaft, Sozialpolitik und Verwaltung.

H. L. W. BARCKHAUSEN: Polizey des Getreidehandels, Halle 1804.

ENRICO BARONE: Grundzüge der Theoretischen Nationalökonomie, 2. Aufl. Bonn 1935.

SIR WILLIAM BEVERIDGE: British Food Control. London 1928.

LAURITS V. BIRCK: The Theory of Marginal Value. London 1922.

EUGEN v. BÖHM-BAWERK: Macht oder ökonomisches Gesetz? in: Z. f. Volksw. Bd. 23. 1914.

— Kapital und Kapitalzins, 2. Abt. Positive Theorie des Kapitals. 4. Aufl. Jena 1921.

A. L. BOWLEY: Mathematical Groundwork of Economics. Oxford 1924.

— Bilateral Monopoly, in: Ec. Journ. vol. XXXVIII. London 1928. S. 651—659.

M. J. BONN: Price Regulation, in: Enc. of. Soc. Sc. vol. VII, New York 1935. S. 355—362.

MARTHA STEPHANIE BRAUN: Theorie der staatlichen Wirtschaftspolitik. Leipzig, Wien 1929.

EDWIN CANNAN: An Economist's Protest. London 1927.

KARL CASPER: Zur Preistheorie des Bedarfsdeckungsmonopols; ein Beitrag zur Theorie des Monopoloid, in: Z. f. N. Bd. VII. Wien 1936. S. 214—225.

GUSTAV CASSEL: Theoretische Sozialökonomie. 5. Aufl. Erlangen, Leipzig 1932.

EDWARD CHAMBERLIN: The Theory of Monopolistic Competition. Cambridge. Mass. 1933.

JOHN MAURICE CLARK: Monopoly, in: Enc. of Soc. Sc. vol. X. New York 1933. S. 623—629.

AUGUSTIN COURNOT: Recherches sur les principes mathematiques de la théorie des richesses (1838). Deutsche Ausgabe. Jena 1924.

OTTO CONRAD: Die Grundannahmen der Gleichgewichtstheorie, in: Z. f. N. Bd. VII. Wien 1936. S. 235 ff.

CONSTANTIN v. DIETZE: Volkswirtschaftspolitik. Mannheim, Berlin, Leipzig 1936.

F. Y. EDGEWORTH: Mathematical Psychics; An Essay on the Application of Mathematics to the Moral Sciences. London 1881. (Series of Reprints of Scarce Tracts in Economic and Political Science. No. 10. London 1932.)
— Papers Relating to Political Economy. London 1925.
HERBERT W. ENGELSING: Die Preisüberwachung; nach amtlichem Material, mit Anmerkungen. 1. Aufl. Mannheim 1935; 2. Aufl. 1937.
Frh. v. FALKENHAUSEN: Verwaltungserfahrungen aus der deutschen Kriegsernährungswirtschaft, in: Vorträge und Verhandlungen über die Weltagrarkrise. Deutsche Ausgabe. Leipzig 1934.
FRANKFURTER ZEITUNG, Reichsausgabe. Frankfurt am Main.
ROLF GOCHT: Marktverfassung, Preis und Mengenkonjunktur, in: Jahrb. Bd. 144. Jena 1936. S. 314—327.
Oberbürgermeister Dr. GOERDELER: Preisbestimmung durch Gesetz, in: Zeitschrift der Akademie für Deutsches Recht. München 1936. S. 915 bis 918.
CHARLES O. HARDY: Markets, in: Enc. of Soc. Sc. vol. X. New York 1933. S. 132 ff.
R. H. HARROD: Doctrines of Imperfect Competition, in: Qu. Journ. vol. XLVII. Cambridge, Mass. 1933. S. 231—253.
HAROLD HOTELLING: Stability in Competition, in: Ec. Journ. vol. XXXIX. London 1929. S. 41 ff.
J. H. G. JUSTI: Grundsätze der Polizeywissenschaft. 3. Ausg. Göttingen 1782.
EMIL KAUDER: Repetitorium der Theoretischen Nationalökonomie. Wien 1932.
ERNST KELTER: Geschichte der obrigkeitlichen Preisregelung. Bd. I. Jena 1935.
CARL LANDAUER: Theorie der Verteilung, in: W. d. G. Bd. III. Wien 1928. S. 3 ff.
WALTER LE COUTRE: Die Grundgedanken der deutschen Preispolitik im Weltkriege 1914—1918. Berlin 1919.
OSWALD LEHNICH: Kartelle und Staat. Berlin 1928.
HERMANN LEVY: Industrial Germany; A Study of its Monopoly-Organisations and their Control by the State. Cambridge 1935.
ELISABETH LIEFMANN-KEIL: Organisierte Konkurrenz - Preisbildung; Großhandelsversteigerung und Warenbörse. Leipzig 1936.
J. F. E. LOTZ: Revision der Grundbegriffe der Nationalwirthschaftslehre. Koburg, Leipzig 1811.
ALFRED MARSHALL: Industry and Trade. London 1923.
— Principles of Economics. 8th ed. London 1925.
HANS MAYER: Preis (Monopolpreis), in: H. d. St. Bd. VI. 4. Aufl. Jena 1925.
— Der Erkenntniswert der funktionellen Preistheorien, in: W. d. G. Bd. II. Wien 1932.
CARL MENGER: Grundsätze der Volkswirtschaftslehre. 2. Aufl. Wien, Leipzig 1923.
JOHN STUART MILL: Principles of Political Economy. 7th ed. (1871). Deutsche Ausg. Jena 1921—1924.

LUDWIG v. MISES: Theorie der Preistaxen, in: H. d. St. Bd. VI. 4. Aufl. 1923; und in: Kritik des Interventionismus. Jena 1929. S. 123—136 (alle Zitate in dieser Arbeit nach „Kritik des Interventionismus").
ROBERT v. MOHL: Polizeiwissenschaft nach den Grundsätzen des Rechtsstaates. 3. Aufl. Tübingen 1866.
HENRY L. MOORE: A Theory of Economic Oscillations, in: Qu. Journ. vol. XLI. Cambridge, Mass. 1926. S. 1—29.
OSKAR MORGENSTERN: Die Grenzen der Wirtschaftspolitik. Wien 1935.
— Vollkommene Voraussicht und wirtschaftliches Gleichgewicht, in: Z. f. N. Bd. VI. Wien 1935. S. 337 ff.
HEINZ MÜLLENSIEFEN: Von der Kartellpolitik zur Marktordnung und Preisüberwachung. Berlin 1935.
VERNON A. MUND: Monopoly; A History and Theory. Princeton 1933.
NEUE ORDNUNG für das Graphische Gewerbe; mit Durchführungsvorschriften. Hrsg. v. Deutschen Buchdrucker-Verein. Berlin 1936.
A. I. NICHOL: Prof. Chamberlin's Theory of Limited Competition, in: Qu. Journ. vol. XLVIII. Cambridge, Mass. 1934. S. 317—337.
VILFREDO PARETO: Manuel d'économie politique. 2ième ed. Paris 1927.
ARTHUR CECIL PIGOU: Equilibrium under Bilateral Monopoly, in: Ec. Journ. vol. XVIII. London 1908. S. 205—220.
— The Political Economy of War. London 1921.
— The Economics of Welfare. 4th ed. London 1932.
— Economics in Practice; Six Lectures on Current Issues. London 1933. (Deutsche Übersetzung: Jena 1937.)
— The Economics of Stationary States. London 1935.
KARL PRIBRAM: Cartel Problems; An Analysis of Collective Monopolies in Europe, with American Application. Washington D. C. 1935.
WILLI PRION: Die Lehre vom Wirtschaftsbetrieb, 2. Buch: Der Wirtschaftsbetrieb als Wirtschaft (Unternehmung). Berlin 1935.
DAVID RICARDO: Principles of Political Economy and Taxation. 3rd ed. (1821). Deutsche Ausgabe. 2. Aufl. Jena 1921.
JOAN ROBINSON: The Economics of Imperfect Competition. London 1933.
— What is Perfect Competition? in: Qu. Journ. vol. XLIX. Cambridge, Mass. 1934. S. 105—120.
KURT v. ROHRSCHEIDT: Die Polizeitaxen und ihre Stellung in der Reichsgewerbeordnung. Berlin 1893.
THEODOR SCHMALZ: Handbuch der Staatswirthschaftslehre. Berlin 1808.
ERICH SCHNEIDER: Reine Theorie monopolistischer Wirtschaftsformen. Tübingen 1932.
JOSEPH SCHUMPETER: Das Wesen und der Hauptinhalt der theoretischen Nationalökonomie. Leipzig 1908.
— Die Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. 4. Aufl. München 1935.
— Angebot, in: H. d. St. 4. Aufl. Bd. I. Jena 1922, S. 299—303
— Zur Einführung der folgenden Arbeit Knud Wicksells, in: Arch. f. Soz. Bd. 58. Tübingen 1927.
— The Instability of Capitalism, in: Ec. Journ. vol. XXXVIII. London 1928. S. 370 ff.

EDWIN R. A. SELIGMAN and ROBERT A. LOVE: Price Cutting and Price Maintenance; A Study in Economics. New York, London 1932.
ADAM SMITH: Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. 4th ed. (1786). Deutsche Ausgabe. Jena 1923.
PIERO SRAFFA: The Law of Returns under Competitive Conditions, in: Ec. Journ. vol. XXXVI. London 1926. S. 535 ff.
HEINRICH Frh. v. STACKELBERG: Marktform und Gleichgewicht. Wien und Berlin 1934.
ERNST STERN: Der Höchstpreis; eine systematische Untersuchung auf Grund der Erfahrungen der deutschen Kriegswirtschaft. München, Berlin, Leipzig 1923.
KURT STING: Die polypolitische Preisbildung, in: Jahrb. Bd. 134. Jena 1931. S. 761 ff.
FRITZ TERHALLE: Freie oder gebundene Preisbildung? Ein Beitrag zu unserer Preispolitik seit Beginn des Weltkrieges. Jena 1920.
C. A. VERRIJN STUART: De Grondslagen der Volkshuishouding. 2de opl. Haarlem 1924.
JACOB VINER: Cost Curves and Supply Curves, in: Z. f. N. Bd. III. Wien 1932.
WILHELM VLEUGELS: Theorie der gebundenen Preisbildung, in: W. d. G. Bd. II. Wien 1932. S. 137—146.
ADOLF WAGNER: Grundlegung der politischen Ökonomie. 3. Aufl. Leipzig 1893.
LEON WALRAS: Eléments d'économie politique pure. Lausanne 1874.
ADOLF WEBER: Volkswirtschaftslehre. Bd. 2. Allgemeine Volkswirtschaftslehre. 4. Aufl. München, Leipzig 1932.
FRITZ S. WEBER: Kompendium der Allgemeinen Nationalökonomie. 2. Aufl. Berlin 1935.
FRANZ XAVER WEISS: Preis (Theorie), in: H. d. St. 4. Aufl. Bd. VI, Jena 1925. S. 1004 ff.
KNUD WICKSELL: Vorlesungen über Nationalökonomie auf Grundlage des Marginalprinzipes. Theoretischer Teil. Bd. I. Jena 1913.
— Mathematische Nationalökonomie, in: Arch. f. Soz. Bd. 58. Tübingen 1927. S. 252 ff.
ARNOLD WOLFERS: Das Kartellproblem im Lichte der deutschen Kartell-Literatur. München, Leipzig 1931.
FREDERICK ZEUTHEN: Problems of Monopoly and Economic Warfare; With a Preface by Joseph A. Schumpeter. London 1930.
— Theoretical Remarks on Price Policy; Hotelling's Case with Variations, in: Qu. Journ. vol. XLVII. Cambridge, Mass. 1933. S. 231—253.
— Monopolistic Competition and the Homogeneity of the Market, in: Econometrica. vol. IV. Menasha, Wis. 1936. S. 193—209.
WALTER ZOLL: Das Kostenproblem in der Wirtschaftstheorie. Gekürzte Übersetzungen der jüngsten ausländischen kostentheoretischen Arbeiten mit kritischen Bemerkungen. Stuttgart 1936.
O. v. ZWIEDINECK-SÜDENHORST: Über den Subjektivismus in der Preislehre, in: Arch. f. Soz. Bd. 38. Tübingen 1914. S. 1 ff.

LEBENSLAUF

Am 19. Januar 1914 wurde ich als Sohn des Direktors Hugo Horwitz und seiner Ehefrau Jenny, geb. Haber, in Berlin geboren. Ich besuchte das Staatliche Prinz-Heinrichs-Gymnasium zu Berlin-Schöneberg bis zu meiner Reifeprüfung (2. März 1932).

Am 15. April 1932 wurde ich an der Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin immatrikuliert. Ich studierte die Rechts- und Staatswissenschaften, wobei ich mich zunächst stärker den Rechtswissenschaften zuwandte. Den Herren Professoren Martin Wolff und Fritz Schulz sei mein bester Dank ausgesprochen.

Seit 1933 studierte ich hauptsächlich Nationalökonomie. Am 30. April 1935 bestand ich mein Volkswirtschaftliches Diplom-Examen mit dem Gesamt-Prädikat „Gut (2)" und erhielt den Titel „Diplomvolkswirt". Bei Anfertigung meiner Hausarbeit über Kartell- und Preispolitik des Deutschen Reiches genoß ich die freundliche Unterstützung des damaligen Reichskommissars für Preisüberwachung, Herrn Oberbürgermeister Dr. Goerdeler, Leipzig. Diese Hausarbeit erhielt die Note „Sehr gut (1)".

Nach Ablegung meines Diplom-Examens wandte ich mich in meinen Studien vorwiegend der theoretischen Nationalökonomie und der Weltwirtschaftslehre zu. Meine verehrten Lehrer, die Herren Professoren Constantin v. Dietze und Heinrich Freiherr v. Stackelberg, übernahmen freundlicherweise die Berichterstattung über meine Dissertation, die unter ihrer Aufsicht, und durch ihren wertvollen Rat gefördert, im Laufe des Jahres 1936 geschrieben wurde. An dieser Stelle möchte ich ihnen meinen aufrichtigen Dank aussprechen. Mein verehrter Lehrer, Herr Geheimrat Professor Dr. Harms, dessen Seminar mir die Lehre von der Weltwirtschaft vermittelte und mich gleichzeitig zu systematischem wissenschaftlichem Arbeiten anleitete, hat mich zu besonderem Dank verpflichtet.

Mein Dank gilt auch den Herren Dr. Emil Kauder und Diplomvolkswirt Hans Möller für ihre freundliche Unterstützung beim Korrekturlesen der vorliegenden Arbeit.

Am 23. Februar 1937 bestand ich an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Wilhelms-Universität zu Berlin die Promotionsprüfung zum Dr. rer. pol. „cum laude". Der vorliegenden Dissertation wurde das Prädikat „Sehr gut" zuerteilt. Das Doktordiplom wurde am 25. Oktober 1937 ausgehändigt.

Während meines Studiums war ich als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei verschiedenen jüdischen Organisationen angestellt.

Meinen lieben Eltern, die mir das Studium ermöglichten, spreche ich auch hier meinen besonders herzlichen Dank aus.

Arnold Horwitz